

**PENGARUH RUBRIK JILBAB TABLOID NURANI  
TERHADAP KESADARAN MENGENAKAN JILBAB**

**(Studi Kasus Pada Pembaca Tabloid Nurani di Wilayah Semarang Barat)**



**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat

Guna Memeroleh Gelar Sarjana Sosial Islam (S.Sos.I)

**Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)**

Oleh:

Silvia Khoirun Nisa

111211060

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO**

**SEMARANG**

**2016**

## NOTA PEMBIMBING

Lamp. : 5 (lima) eksemplar  
Hal : Persetujuan Naskah  
Skripsi

Kepada.  
Yth. Bapak Dekan Fakultas  
Dakwah dan Komunikasi  
UIN Walisongo Semarang  
di Semarang

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah membaca, mengadakan koreksi, dan perbaikan sebagaimana mestinya, maka kami menyatakan bahwa skripsi saudara :

Nama : Silvia Khoirun Nisa  
NIM : 111211060  
Fak./Jur. : Dakwah dan Komunikasi / KPI  
Judul Skripsi : PENGARUH RUBRIK JILBAB TABLOID NURANI TERHADAP KESADARAN MENGENAKAN JILBAB (Studi Kasus Pada Pembaca Tabloid Nurani di Wilayah Semarang Barat)

Dengan ini telah saya setuju dan mohon agar segera diujikan. Demikian, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Bidang Substansi Materi



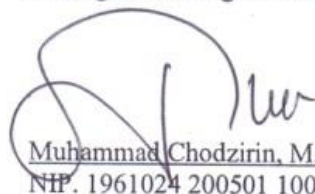
Dra. Hj. Siti Sholihati, M.A  
NIP. 1961017 199103 2001

Tanggal : 1 Maret 2016

Semarang, 22 Februari 2016

Pembimbing,

Bidang Metodologi & Tatatulis



Muhammad Chodzirin, M. Kom  
NIP. 1961024 200501 1003

Tanggal : 22 Februari 2016

SKRIPSI

PENGARUH RUBRIK JILBAB TABLOID NURANI TERHADAP

KESADARAN MENGENAKAN JILBAB

(Studi Kasus Pada Pembaca Tabloid Nurani di Wilayah Semarang Barat)

Disusun Oleh :

Silvia Khoirun Nisa

111211060

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada tanggal 4 April 2016 dan dinyatakan telah lulus memenuhi syarat guna memperoleh Gelar  
Sarjana Sosial Islam (S.Sos.I)

Susunan Dewan Penguji

Ketua

Dr. Hj. Siti Sholihati, M.A.  
NIP.19631017 199103 2 001

Sekretaris

Muhammad Chodzirin, M.Kom  
NIP.19691024 200501 1 003

Penguji I

Dr. Hj. Umul Baroroh, M.A.  
NIP. 19660508 199101 2 001

Penguji II

Nur Cahyo Hendro W., S.T., M.  
NIP. 19731222 200604 1 001

Pembimbing I

Dr. Hj. Siti Sholihati, M.A  
NIP. 19631017 199103 2 001

Pembimbing II

Muhammad Chodzirin, M.Kom  
NIP.19691024 200501 1 003



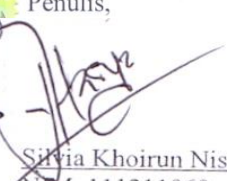
## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil kerja saya sendiri dan di dalamnya tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi di lembaga pendidikan lainnya. Pengetahuan yang diperoleh dari hasil penerbitan maupun yang belum atau tidak diterbitkan, sumbernya dijelaskan dalam tulisan dan daftar pustaka.

Semarang, 10 Maret 2016

Penulis,



  
Silvia Khoirun Nisa  
NIM. 111211060

## **KATA PENGANTAR**

Segala puji bagi Allah yang maha pengasih dan maha penyayang, atas taufiq dan hidayahnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Shalawat dan salam semoga selalu tercurah kepada junjungan kita Nabi Agung Muhammad SAW, tak lupa shalawat serta salam juga semoga terlimpah pada para sahabat, keluarga dan para pengikutnya.

Dalam penyusunan skripsi ini disamping usaha, kemampuan dan kemauan penulis juga atas prakarsa semua pihak baik langsung maupun tidak langsung yang begitu besar pengorbanannya demi terselesaikannya skripsi ini. Maka penulis sampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat.

1. Bapak Prof. Dr. H. Muhibbin M.Ag, selaku Rektor IAIN Walisongo Semarang.
2. Bapak Dr. H. Awaludin Pimay, Lc., M.Ag. selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.
3. Ibu Dra. Hj. Siti Sholihati, M.A selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak Muhammad Chodzirin, M. Kom selaku Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan serta pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Dakwah IAIN Walisongo Semarang, yang telah banyak memberikan Ilmu pengetahuan kepada penulis dalam bangku perkuliahan.

5. Ayahanda dan Ibunda yang telah memberikan bantuan moril serta do'a yang tak terhingga.
6. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini.

Dengan segala kerendahan hati dan ucapan syukur, semoga Allah SWT memberikan limpahan rahmat kepada semua pihak yang telah banyak membantu penulis dengan limpahan kebaikan. Amin.

Pada akhirnya, penulis sadari betapa banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini, akan tetapi dengan harapan yang sangat besar semoga karya sederhana ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca, khususnya penulis.

Semarang, 10 Maret 2016  
Penulis,

SILVIA KHOIRUN NISA  
NIM. 111211060

## **PERSEMBAHAN**

Karya sederhana ini saya persembahkan kepada:

- a. Fakultas Dakwah dan Komunikasi sebagai tempat menuntut ilmu.
- b. Kedua orang tuaku Bapak Agus Ma'sum dan Ibu Suharni tercinta yang selalu mendo'akan, memberi kasih sayang dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
- c. Mas Jakfar yang selalu memberikan semangat dan memotivasi dalam penyelesaian skripsi ini.
- d. Adik-adikku tersayang: Safira, Akmal, Ridwan dan Putri terima kasih atas do'a dan dukungan kalian.
- e. Sahabat seperjuangan Rida, Nurul, Risda, Aini, Laila, Rohmah, Semi, Sri, Lilik, Gus Rais dan Mansur yang selalu memberikan semangat.
- f. Teman-temanku KPI khususnya angkatan 2011 yang telah memberiku semangat dalam masa-masa berjuang di bangku kuliah hingga sampai terselesaikannya skripsi ini.
- g. Keluarga kos Lily yang sangat saya sayangi.
- h. Buat teman-teman KKN posko 24 yang aku banggakan Ilham, Rizal, Leni, Rozak, Putri, Mbak Ainul, Imam, Agits, Lutfi, Mbak Ida dan Nia yang telah memberi semangat dan dukungan selama ini.

## **MOTTO**

“Kita adalah apa yang kita pelajari”

**B.J Habibie**



## ABSTRAK

Penelitian dengan judul **“Pengaruh Rubrik Jilbab Tabloid Nurani Terhadap Kesadaran Mengenakan Jilbab (Studi Kasus Pada Pembaca Tabloid Nurani di Wilayah Semarang Barat)”**, yang membahas pengaruh rubrik Jilbab terhadap pembacanya. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh rubrik Jilbab Tabloid Nurani terhadap kesadaran mengenakan jilbab pembacanya.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang memusatkan pada analisa pengaruh rubrik Jilbab Tabloid Nurani terhadap kesadaran mengenakan jilbab pada pembaca di wilayah Semarang Barat. Pengumpulan data dilakukan dengan metode angket terbuka dan wawancara. Proses analisis menggunakan analisis deskriptif kualitatif dengan pendekatan *uses and gratification*.

Pengaruh kognitif Rubrik Jilbab yaitu responden menjadi paham bahwa mereka tetap harus rapi dan sopan meskipun mengkreasikan jilbab. Responden paham bahwa dengan berjilbab mereka tetap bisa tampil *fashionable* atau modis. Responden paham jika jilbab bisa dikreasikan sesuai kepribadian masing-masing.

Pengaruh afektif Rubrik Jilbab yaitu responden sadar bahwa berjilbab dapat dikreasikan sesuai dengan kepribadian muslimah masing-masing. Responden sadar bahwa mengkreasikan jilbab sesuai dengan kepribadian muslimah dapat meningkatkan rasa percaya diri.

Pengaruh behavioral Rubrik Jilbab yaitu responden mengimitasi gaya berjilbab Rubrik Jilbab yang sesuai dengan kepribadian mereka. Responden mengimitasi gaya berjilbab Rubrik jilbab yang sesuai dengan bentuk wajah. Responden mengimitasi gaya berjilbab untuk acara-acara tertentu.

*Key Word* : Pengaruh, Jilbab, *Uses and Gratification*

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
PERSEMBAHAN .....	vii
MOTTO .....	viii
ABSTRAK .....	ix
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Tinjauan Pustaka .....	7
F. Metode Penelitian .....	11
G. Sistematika Penulisan .....	17
<b>BAB II PENGARUH MEDIA CETAK</b>	
A. Teori Pengaruh Media .....	18
1. Teori Tentang Pengaruh .....	18
2. Faktor Imitasi.....	19
3. Teori Uses And Gratification .....	20
4. Teori Kesadaran .....	24
B. Tabloid Sebagai Media Dakwah .....	25
1. Deskripsi Tabloid .....	25
1.1 Pengertian Tabloid .....	25
1.2 Sejarah Tabloid .....	26

1.3 Kategorisasi Tabloid .....	26
1.4 Fungsi Tabloid .....	27
1.5 Karakteristik Tabloid .....	28
1.6 Definisi Rubrik .....	29
2. Media Dakwah .....	30
2.1 Pengertian Dakwah .....	30
2.2 Media Dakwah .....	32
2.3 Dakwah Sebagai Proses Komunikasi Persuasif .....	33
3. Tabloid Sebagai Media Dakwah.....	34
3.1 Tabloid Sebagai Media Dakwah .....	34
3.2 Jilbab Sebagai Materi Dakwah .....	35
C. Pengaruh Media Cetak .....	38
<b>BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN</b>	
A. Tabloid Nurani .....	41
B. Pembaca Tabloid Nurani Wilayah Semarang Barat .....	62
C. Pengaruh Rubrik Jilbab Tabloid Nurani .....	68
<b>BAB IV PENGARUH RUBRIK JILBAB TABLOID NURANI TERHADAP KESADARAN MENGENAKAN JILBAB</b>	
A. Analisis <i>Uses and Gratification</i> .....	84
B. Pengaruh Rubrik Jilbab Tabloid Nurani .....	93
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan.....	100
B. Saran-saran .....	101
C. Penutup .....	102
<b>DAFTAR KEPUSTAKAAN</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	
<b>RIWAYAT HIDUP</b>	

## **DAFTAR TABEL**

<b>Tabel 1.</b>	<b>Data Pelanggan Tabloid Nurani .....</b>	<b>63</b>
<b>Tabel 2.</b>	<b>Data Pelanggan Tabloid Nurani yang menjadi informan penelitian .....</b>	<b>65</b>
<b>Tabel 3.</b>	<b>Karakteristik pelanggan berdasarkan usia .....</b>	<b>66</b>
<b>Tabel 4.</b>	<b>Karakteristik pembaca berdasarkan pendidikan .....</b>	<b>66</b>

## **DAFTAR GAMBAR**

<b>Gambar 1.</b>	<b>Rubrik Jilbab Edisi 732 halaman 34 .....</b>	<b>49</b>
<b>Gambar 2.</b>	<b>Rubrik Jilbab Edisi 732 halaman 35 .....</b>	<b>50</b>
<b>Gambar 3.</b>	<b>Rubrik Jilbab Edisi 732 halaman 36 .....</b>	<b>51</b>
<b>Gambar 4.</b>	<b>Rubrik Jilbab Edisi 735 halaman 34 .....</b>	<b>52</b>
<b>Gambar 5.</b>	<b>Rubrik Jilbab Edisi 735 halaman 35 .....</b>	<b>53</b>
<b>Gambar 6.</b>	<b>Rubrik Jilbab Edisi 735 halaman 36 .....</b>	<b>54</b>
<b>Gambar 7.</b>	<b>Rubrik Jilbab Edisi 755 halaman 34 .....</b>	<b>55</b>
<b>Gambar 8.</b>	<b>Rubrik Jilbab Edisi 755 halaman 35 .....</b>	<b>56</b>
<b>Gambar 9.</b>	<b>Rubrik Jilbab Edisi 755 halaman 36 .....</b>	<b>57</b>
<b>Gambar 10.</b>	<b>Rubrik Jilbab Edisi 765 halaman 34 .....</b>	<b>58</b>
<b>Gambar 11.</b>	<b>Rubrik Jilbab Edisi 765 halaman 35 .....</b>	<b>59</b>
<b>Gambar 12.</b>	<b>Rubrik Jilbab Edisi 765 halaman 36 .....</b>	<b>60</b>

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1. Daftar Pertanyaan**
- Lampiran 2. Daftar Pertanyaan Kepada Responden**
- Lampiran 3. Dokumentasi Kegiatan Penelitian**

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. LATAR BELAKANG**

Indonesia adalah negara berpendudukan terbesar keempat di dunia dan negara yang berpendudukan muslim terbesar di dunia, dengan lebih dari 207 juta jiwa (<http://id.wikipedia.org/wiki/Indonesia>, diakses pada Selasa, 9 November 2015 pukul 17.02 WIB). *Tribun News* menyatakan wanita di Indonesia dengan trend jilbab yang terus berkembang dalam kurun waktu tahun 2000 sampai tahun 2015. Dian Pelangi adalah Desainer muda Indonesia yang mempopulerkan *fashion* hijab bahkan sampai ke luar negeri. Dian Pelangi memprediksi *trend fashion* jilbab ini akan terus berlanjut (<http://tribunnews.com/internasional/2014/10//15/trend-jilbab-indonesia-disorot-media-jepang>, oleh Ricard Susilo, diakses pada Senin, 9 Maret 2015 pukul 17.25 WIB).

Situs *On line* Okezone.com menyebutkan awal tahun 2000 fenomena hijab menjadi gaya berbusana paling diminati oleh perempuan-perempuan Indonesia terutama yang berpakaian muslimah (<http://celebrity.okezone.com/read/2014/hijabers-in-love-fenomena-hijab-di-indonesia>, oleh Alan Pamungkas, diakses pada Senin, 9 Maret 2015 pukul 17.54 WIB). Setelah muncul fenomena hijabers Indonesia, maka bermunculan majalah-majalah yang bertema *fashion* hijab ataupun *fashion* jilbab. Dengan semakin meningkatnya kebutuhan masyarakat akan informasi seputar *fashion* jilbab, maka beberapa media cetak menampilkan

rubrik yang khusus membahas tentang jilbab, seperti majalah Aulia dengan rubrik Hijab, tabloid Modis dengan rubrik Hijab dan Pernik, serta tabloid Nurani dengan rubrik Jilbab.

Dian Pelangi seorang perancang busana muslim internasional asal Indonesia, mengatakan bahwa berdakwah mengenalkan ajaran Islam bisa dilakukan dari berbagai sisi kehidupan, contohnya lewat *fashion* muslimah (Aprilia, 2014 : 65). Dian Pelangi dalam buku *Brain, Beauty, Belief* karya Ade Aprila mengungkapkan :

Dakwah lewat *fashion* menjadi pilihanku dan niatku *lillahi ta'ala*, karena aku ingin menerangi tempat yang gelap. Islam adalah cahaya. Orang yang belum mengenal Islam berarti belum terkena cahaya. Aku Ingin menerangi tempat yang gelap tersebut. meskipun aku tidak bisa langsung meng-Islam-kan mereka, tapi sedikit-sedikit aku berusaha mengajak mereka mengenal Islam dari Jilbab (Aprilia, 2014 : 67).

Dakwah adalah upaya konstruktif seseorang untuk melakukan perubahan situasi yang negatif menjadi situasi yang positif. Situasi negatif contohnya ketika wanita tidak berjilbab, menuju ke perubahan positif ketika wanita mulai mengenakan jilbab. Dengan mengajak pembaca untuk berjilbab atau menutup aurat, berarti telah mengajak pembaca untuk melakukan perubahan.

Keuntungan dakwah dengan menggunakan media massa adalah media massa menimbulkan keserempakan, artinya suatu pesan dapat diterima oleh komunikan yang jumlahnya relatif banyak. Media cetak, seperti buku, surat kabar, majalah dan tabloid, dapat dijadikan sebagai



media dakwah, yaitu dengan menampilkan konten-konten Islam ataupun materi-materi seputar dunia Islam (Illahi, 2010 : 105).

Media cetak yang mengusung tema Islam terbagi atas 2 jenis yaitu, media dakwah eksklusif dan media dakwah inklusif. Media dakwah eksklusif adalah media yang mengangkat tema-tema Islam sebagai materi pemberitaan seperti majalah Panji Masyarakat, Amanah, Hidayatullah dan Al Muslimun. Sedangkan media dakwah inklusif adalah media yang mengusung nilai-nilai Islam dalam pemberitaannya, seperti Surat Kabar Republika.

Media cetak seperti surat kabar yang memasukkan muatan Islami dalam pemberitaannya, berarti telah melakukan dakwah melalui media cetak. Surat Kabar Republika menampilkan Islam secara substantif dalam sajian isi. Islam yang ditampilkan adalah Islam kosmopolitan, tujuannya agar tetap profesional dalam penerbitan tanpa meninggalkan misi keislaman (Kasman, 2010 : 169). Surat kabar Republika mengangkat isu-isu nasional sebagai *headline*, namun seringkali mengangkat isu-isu umat Islam. Surat Kabar Republika mengusung nilai-nilai Islam bagi kemakmuran bangsa dan kaum muslim secara luas, bukan bersifat golongan, atau parokial (Ma'arif, 2010 : 161).

Tabloid Nurani merupakan salah satu tabloid yang menjadi media dakwah eksklusif karena berisi materi-materi seputar dunia Islam yang dikemas dalam rubrik seperti Baity Jannaty, Serambi Utama, Spiritual Artis, Uswah Hasanah, Bingkai Sedekah, Tips Ibadah, Kisah Teladan, Kisah

Hikmah, Mar'ah, Kajian Syariah, Halal Lifestyle dan juga Jilbab. Tabloid Nurani mempunyai tujuan untuk menambah pengetahuan dan wawasan masyarakat tentang agama Islam. Sasaran Tabloid Nurani utamanya wanita dewasa. Pemilihan wanita dewasa sebagai sasaran utama Tabloid Nurani disebabkan karena wanita dipandang mempunyai persoalan yang lebih kompleks dan lebih menarik, baik yang berkaitan dengan penampilan, problem individu, pendidikan, karir dan sebagainya (Fuad, 2009 : 38).

Dalam penelitian ini peneliti memilih tabloid Nurani sebagai obyek penelitian karena tabloid tersebut termasuk tabloid Islam yang bersegmentasi wanita muslimah dan memiliki rubrik tentang jilbab yang dinamakan rubrik Jilbab. Rubrik Jilbab muncul di setiap edisinya yang berisi gambar-gambar bagaimana menggunakan jilbab sesuai dengan tema. Meskipun mengusung tema fashion jilbab, namun rubrik tersebut tidak melupakan kaidah menutup aurat sesuai syariat Islam. Hal ini memberikan kesan bahwa mengenakan hijab tetap bisa modis.

Pimpinan Redaksi Tabloid Nurani, M. Khozin mengatakan Rubrik Jilbab Tabloid Nurani bertujuan untuk memberikan pemahaman tentang jilbab dan ingin menumbuhkan kesadaran berjilbab bagi pembacanya. Rubrik Jilbab Tabloid Nurani bisa dijadikan sebagai media dakwah (wawancara dengan Pimred Khozin, Jumat 23 Oktober 2015).

Surati salah satu pembaca Tabloid Nurani yang bertempat tinggal di Tugu mengungkapkan :

Pada awalnya saya sering buka tutup jilbab, namun setelah saya berlangganan Tabloid Nurani dan melihat rubrik Jilbab saya berusaha konsisten dalam berjilbab. Saya terkadang menerapkan gaya berjilbab yang ada pada rubrik Jilbab, namun saya sesuaikan dengan kegiatan dan kesukaan saya (wawancara dengan Surati, Kamis, 17 September 2015).

Pernyataan salah satu pembaca Tabloid Nurani tersebut mengasumsikan bahwa rubrik jilbab Tabloid Nurani memberikan pengaruh terhadap pembacanya dalam hal berjilbab. Namun, pengaruh yang muncul didasari dengan adanya motif tertentu sesuai keadaan psikologis, sosial dan faktor-faktor lainnya.

Studi kasus dalam penelitian ini adalah wanita muslimah yang berlangganan Tabloid Nurani di wilayah Semarang Barat. Dalam penelitian ini, yang dimaksud wilayah Semarang Barat adalah wilayah jangkauan pasar dari agen Tabloid Nurani di wilayah Semarang Barat. Wilayah jangkauan Tabloid Nurani adalah Krapyak, Ngaliyan, Tugu, Pasadena, Manyaran, Pamularsih, dan kawasan Graha Padma (wawancara Agen Nurani wilayah Semarang Barat, Yasin, Jumat 30 Oktober 2015). Oplah Tabloid Nurani di wilayah Semarang Barat sebanyak 115 eksemplar setiap minggunya. Oplah di wilayah Semarang Barat relatif banyak dibanding dengan agen-agen Tabloid Nurani di wilayah Semarang lainnya (wawancara Pimred Khozin, Jumat 23 Oktober 2015).

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis ingin mengetahui bagaimana pengaruh rubrik Jilbab Tabloid Nurani terhadap kesadaran mengenakan jilbab pada pembaca di wilayah Semarang Barat.

## **B. RUMUSAN MASALAH**

Dari latar belakang di atas maka peneliti tertarik untuk meneliti efek pesan pada komunikasi Tabloid Nurani dengan rumusan masalah adalah bagaimana pengaruh rubrik Jilbab Tabloid Nurani terhadap kesadaran mengenakan jilbab bagi para pembaca?

## **C. TUJUAN PENELITIAN**

Tujuan dari penelitian ini :

Menjelaskan pengaruh rubrik Jilbab tabloid Nurani terhadap kesadaran mengenakan jilbab pembacanya.

## **D. MANFAAT PENELITIAN**

Manfaat dari penelitian ini adalah :

### 1. Secara Teoritis :

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sumbangan bagi keilmuan yang terkait dalam pengembangan Ilmu Komunikasi, khususnya yang terkait dengan pengaruh membaca tabloid bagi pembaca.

### 2. Secara Praktis :

- a) Bagi tabloid Nurani, hasil penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat sebagai masukan terkait dengan bagaimana media cetak bisa mempengaruhi khalayak untuk mengenakan jilbab.
- b) Bagi pembaca, hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan referensi untuk menambah wawasan dan pengetahuan.

## E. TINJAUAN PUSTAKA

Untuk menghindari terjadinya kesamaan terhadap penelitian yang telah ada sebelumnya maka penulis mengadakan penelusuran terhadap penelitian-penelitian yang telah ada sebelumnya, diantaranya adalah sebagai berikut:

*Pertama*, penelitian Beny Abdul Khaliq (2009) tentang *Pengaruh Membaca Tabloid Khalifah Terhadap Pemahaman Keagamaan Pembacanya (Studi Kasus di Kecamatan Ambarawa)*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, dengan tujuan untuk mengetahui adakah pengaruh membaca tabloid Khalifah terhadap pemahaman keagamaan pembacanya di kecamatan Ambarawa. Penelitian ini adalah penelitian lapangan, data yang di peroleh dari penelitian ini dengan menyebarkan angket di lapangan untuk memperoleh data tentang membaca tabloid Khalifah terhadap pemahaman keagamaan masyarakat.

Dari analisis uji hipotesis diketahui, ada pengaruh antara membaca Tabloid Khalifah terhadap pemahaman keagamaan pembacanya (studi kasus di kecamatan Ambarawa. Perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti terletak pada metode penelitian, yaitu metode kualitatif. Persamaan dalam penelitian ini terdapat pada fokus penelitian, yaitu pada pengaruh media cetak.

*Kedua*, Penelitian Casmi Rahayu (2004) tentang *Pengaruh Membaca Majalah Rubrik Bintel Islami Majalah Caraka Candi (edisi 2004) Terhadap Peningkatan Wawasan Keagamaan Anggota Kepolisian*

*Resort Pekalongan*. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif, jenis penelitian ini menjawab bagaimana apresiasi pembaca terhadap rubrik Bital Islami Majalah Caraka Candi dan bagaimana pengaruh membaca rubrik Bital Islami Majalah Caraka Candi terhadap peningkatan Wawasan keagamaan.

Dari penelitian ini peneliti menemukan beberapa jawaban (1) bahwasanya majalah sebagai salah satu bentuk media massa dapat digunakan sebagai salah satu media dakwah, (2) Materi dalam Majalah Caraka Candi meliputi materi Aqidah, Syariah dan Akhlak yang intinya merupakan ajakan, mengingatkan serta anjuran. Perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti terletak pada metode penelitian, yaitu metode kualitatif. Persamaan dalam penelitian ini terdapat pada fokus penelitian, yaitu pada pengaruh media cetak.

*Ketiga*, penelitian Nuril Mustaqim (2011) tentang *Persepsi Masyarakat Tentang Acara Infotainment Insert di Trans TV (Studi Kasus di Desa Ngelokulon Kecamatan Mijen Kabupaten Demak)*. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif, dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi masyarakat Desa Ngelokulon Kecamatan Mijen Kabupaten Demak tentang acara Infotainment Insert di Trans TV dan untuk mengetahui pandangan dakwah tentang persepsi masyarakat Desa Ngelokulon kecamatan Mijen Kabupaten Demak. Penelitian ini menggunakan teori *uses and gratification* (model kegunaan dan kepuasan). Teori ini menunjukkan

bahwa yang menjadi alasan utama bukanlah bagaimana media mengubah sikap dan perilaku khalayak, tetapi lebih bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayak yang aktif, yang sengaja menggunakan media untuk mencapai tujuan khusus.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi masyarakat Desa Ngelokulon Kecamatan Mijen Kabupaten Demak ditunjukkan dalam dua jenis persepsi, yaitu persepsi positif dan negatif. Persepsi positif yang ada dalam diri warga desa Ngelokulon dipengaruhi oleh beberapa pemikiran, yaitu bahwa program tayangan tersebut menarik dan menghibur. Persepsi positif dengan alasan acara Insert mencoba menyajikan tayangan gosip yang dikemas dengan gaya yang berbeda. Pembawa acaranya yang seru, lucu dan seksi menjadi daya tarik tersendiri. Persepsi negative muncul karena acara Insert terlalu berlebihan dalam pemberitaan maupun gaya bahasanya. Perbedaan penelitian yang akan dilakukan peneliti terletak pada fokus penelitian, yaitu pengaruh media massa. Persamaan dalam penelitian ini terdapat pada teori yang digunakan, yaitu *uses and gratification*.

*Keempat*, penelitian Riyadhhotul Munawaroh (2014) tentang *Penggunaan Jilbab Bagi Polisi Wanita (Analisis Wacana Pemberitaan Pada Surat Kabar Harian Republika Edisi Juni-Desember 2013)*. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif, dengan menggunakan pendekatan analisis wacana model Teun A Van Dijk. Penelitian bertujuan untuk mengetahui, mendeskripsikan dan menganalisis

konstruksi wacana Surat Kabar Harian Republika mengenai pemberitaan penggunaan jilbab bagi polisi wanita. Teknik pengumpulan data menggunakan dokumentasi teks berita dalam Surat Kabar Harian Republika edisi Juni-Desember 2013.

Dari penelitian ini menghasilkan kesimpulan mengenai konstruksi wacana dalam pemberitaan penggunaan jilbab Polwan yaitu, Republika tidak setuju saat Kapolri belum mengizinkan penggunaan jilbab Polwan, Surat Kabar Republika mendukung sikap Kapolri saat memberi izin secara lisan kepada Polwan untuk berjilbab dan menghendaki segera ada peraturan yang memperkuat kebijakan, Surat Kabar Republika tidak setuju adanya peraturan penundaan penggunaan jilbab Polwan, menganggap ganjil kebijakan tersebut, dan memandang terdapat kelompok anti jilbab di tubuh kepolisian. Perbedaan penelitian yang akan dilakukan peneliti terletak pada fokus penelitian, yaitu pengaruh media massa. Persamaan dalam penelitian ini terdapat pada penggunaan jilbab.

*Kelima*, penelitian Lu'luatul Fuad (2006) tentang *Muatan Dakwah "Suplemen Baity Jannati" Dalam Tabloid "Nurani" Edisi 194-201 Tahun 2004*. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui muatan dakwah Tabloid Nurani. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif, adapun teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini metode deskriptif analisis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Tabloid Nurani "Suplemen Baity Jannati" memiliki muatan dakwah di dalamnya. Muatan dakwah



tersebut dapat dikategorikan ke dalam 3 bidang, yaitu akidah, syari'ah dan akhlak. Perbedaan penelitian yang akan dilakukan peneliti terletak pada fokus penelitian, yaitu pengaruh rubrik Jilbab Tabloid Nurani. Persamaan dalam penelitian ini terdapat pada objek penelitian yaitu Tabloid Nurani.

## **F. METODE PENELITIAN**

### **1. Jenis, Pendekatan dan Spesifikasi Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif, yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati (Moleong, 1991: 3). Pertimbangan penggunaan metode ini karena data yang diteliti berupa kata-kata tertulis atau lisan bukan perhitungan.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan *uses and gratification* dimana pendekatan ini berfokus terhadap audiens member. Pendekatan ini mencoba menjelaskan bagaimana audiens memilih media yang mereka inginkan (McQuail, 2011 : 173).

Spesifikasi penelitian ini adalah penelitian deskriptif, penelitian deskriptif timbul karena suatu peristiwa yang menarik perhatian peneliti, tetapi belum ada kerangka teoritis untuk menjelaskannya (Rakhmat, 1985 : 35). Jadi, dapat menjelaskan bagaimana pengaruh rubrik Jilbab Tabloid Nurani terhadap kesadaran mengenakan jilbab pada pembaca.

## 2. Definisi Konseptual

Untuk menghindari terjadinya salah penafsiran dan memperoleh hasil penelitian yang terfokus, maka penulis tegaskan Definisi konseptual dalam penelitian itu adalah model pengaruh komunikasi yang terdiri dari 3 komponen sikap yaitu komponen kognitif, komponen afektif dan komponen behavioral.

- a. Komponen Kognitif adalah komponen yang berkaitan dengan pengetahuan atau pandangan keyakinan. Dimana perilaku individu mencapai tingkat "tahu" pada objek yang diperkenalkan. Dalam penelitian ini yaitu pembaca mengetahui tentang jilbab dari rubrik Jilbab Tabloid Nurani.
- b. Komponen Afektif adalah komponen tentang perasaan, sikap dan tanggapan. Pengaruh afektif mendasari munculnya kesadaran yang mencakup perasaan tentang apa yang disadari. Dalam penelitian ini yaitu pembaca menjadi sadar akan sesuatu yang diakibatkan dari rubrik Jilbab Tabloid Nurani.
- c. Komponen Behavioral adalah komponen yang menunjukkan intensitas sikap yaitu menunjukkan besar kecilnya kecenderungan bertindak atau berperilaku seseorang terhadap objek sikap. Dimana perilaku sampai tahap hingga individu melakukan sesuatu (perbuatan) terhadap objek. Dalam penelitian ini yaitu pembaca memiliki kesadaran tentang jilbab dan menirukan jilbab yang

ditampilkan di rubrik Jilbab Tabloid Nurani (Wawan, Dewi. 2010 : 22).

Jilbab dalam penelitian ini adalah kerudung lebar yang dipakai perempuan muslim untuk menutupi kepala dan leher sampai ke dada. Secara umum mereka yang menutupi bagian itu disebut orang yang berjilbab. Kesadaran mengenakan jilbab adalah ketika pembaca mengalami perubahan dalam berbusana, khususnya penggunaan jilbab yang dipengaruhi oleh rubrik jilbab tabloid Nurani.

Pengaruh rubrik Jilbab dalam penelitian ini adalah tahapan ketika pembaca telah mencapai komponen Behavioral, yaitu pembaca memiliki kesadaran tentang jilbab dan mulai mengaplikasikan model jilbab yang ada di rubrik Jilbab Tabloid Nurani.

### **3. Sumber Data**

Sumber data adalah benda, hal atau orang, tempat data atau variabel melekat yang dipermasalahkan (Soehartono, 1995 : 35). Adapun yang menjadi sumber data dalam penelitian ini adalah :

#### **a. Tabloid Nurani**

Tabloid Nurani dengan take line “Inspirasi Keluarga Muslim” adalah tabloid wanita muslim yang berfokus pada materi-materi islami dan menyajikan berbagai macam gaya berjilbab sesuai dengan minat pembaca tabloid Nurani pada rubrik Jilbab.

b. Narasumber

Dalam penelitian ini yang dimaksud narasumber adalah informan para pembaca yang berlangganan Tabloid Nurani yang berada di daerah Semarang barat. Informan adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian (Moleong, 2002 : 90). Informan dalam penelitian ini untuk mendapatkan data yang berhubungan dengan penelitian. Informan inti atau subyek penelitian dalam penelitian ini adalah pembaca Tabloid Nurani di wilayah Semarang Barat dengan kriteria penilaian tertentu yang bisa dianggap mewakili pembaca lainnya (Rahmat, 1985 : 81). Kriteria yang dimaksud adalah :

- a) Wanita muslimah.
- b) Bertempat tinggal di jangkauan pasar Tabloid Nurani di wilayah Semarang Barat.
- c) Berlangganan Tabloid Nurani dari Agen Nurani di wilayah Semarang Barat.
- d) Rubrik Jilbab menjadi pilihan referensi.

Dalam penelitian kualitatif, informan sebagai sumber data jumlahnya kecil, diambil secara *purposive* (dengan maksud tertentu). *Purposive* adalah teknik sampling yang dilakukan karena pertimbangan tertentu (Idrus, 2009 : 23). Dari hasil pra riset di wilayah Semarang Barat terdapat 25 orang yang berlangganan Tabloid Nurani. Dari 25 yang berlangganan, yang sesuai dengan

kriteria informan yang peneliti butuhkan diperoleh 9 informan pembaca Tabloid Nurani.

#### **4. Fokus Penelitian**

Fokus pada penelitian ini adalah tentang pengaruh rubrik Jilbab Tabloid Nurani terhadap kesadaran mengenakan jilbab bagi pembaca yang berlangganan Tabloid Nurani di wilayah Semarang Barat.

#### **5. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dilakukan untuk mendapatkan data yang valid dalam mengungkap permasalahan baik berupa data primer atau sekunder, maka penulis menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut :

##### **a) Angket Terbuka**

Angket terbuka yaitu angket yang disajikan dalam bentuk pertanyaan dan responden dipersilahkan untuk menuliskan jawaban sesuai dengan yang dipikirkan dan dirasakannya sendiri (Idrus, 2009 : 100). Dalam penelitian ini angket terbuka digunakan peneliti untuk menggali informasi dari responden untuk menjelaskan bagaimana pengaruh rubrik Jilbab tabloid Nurani berdasarkan teori *uses and gratification* dan 3 komponen model pengaruh komunikasi yaitu kognitif, afektif dan behavioral.

##### **b) Interview atau wawancara**

Menurut Sutrisno Hadi, wawancara adalah metode pengumpulan data dengan jalan tanya jawab yang dikerjakan secara

sistematik dan berdasarkan kepada tujuan penelitian (Hadi. 2000 : 44) Jenis interview yang digunakan adalah interview berpedoman terpimpin, yaitu pewawancara menentukan sendiri urutan dan juga pembahasannya selama wawancara, baik itu wawancara secara langsung maupun tertulis apabila narasumber sulit ditemui (Mikhelsen. 1999 : 128).

Wawancara ini digunakan untuk mewawancarai informan. Aspek yang diwawancarai yaitu mengkroscek jawaban yang telah diberikan responden dalam angket terbuka dan efek apa yang terjadi setelah melihat rubrik Jilbab tabloid Nurani.

## **6. Analisis Data**

Analisis data adalah proses pengorganisasian dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori dan satuan urai dasar (Moleong, 1999 : 103). Tujuan analisis adalah untuk menyederhanakan data ke dalam bentuk yang mudah dibaca dan diimplementasikan. Peneliti menggunakan teknik deskriptif kualitatif yang merupakan suatu proses menggambarkan keadaan sasaran yang sebenarnya, penelitian secara apa adanya sejauh peneliti dapatkan dari hasil angket terbuka dan wawancara.

Selanjutnya secara sistematis langkah-langkah analisis tersebut sebagai berikut :

- a) Mengumpulkan data yang telah diperoleh dari hasil angket terbuka dan wawancara.

- b) Menyusun seluruh data yang diperoleh sesuai urutan pembahasan baik itu data yang bersumber dari angket terbuka maupun wawancara.
- c) Melakukan interpretasi terhadap data yang telah tersusun.
- d) Menjawab rumusan masalah.

## **G. SISTEMATIKA PENULISAN**

Rancangan sistematika penulisan skripsi berikut ini adalah :

Bab satu berisi pendahuluan, meliputi: latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka atau penelusuran pustaka, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab dua menjelaskan landasan teori pengaruh media cetak. Pertama, teori pengaruh media mencakup: teori tentang pengaruh, faktor imitasi, teori *uses and gratification*, dan teori kesadaran. Kedua, tabloid sebagai media dakwah mencakup: deskripsi tabloid, media dakwah, dan tabloid sebagai media dakwah. Ketiga, mengenai pengaruh media cetak.

Bab tiga berisi gambaran umum obyek penelitian yaitu gambaran umum tabloid Nurani, gambaran umum pembaca tabloid Nurani wilayah Semarang Barat dan pengaruh mencakup kognitif, afektif dan behavioral.

Bab empat berisi analisis pengaruh rubrik Jilbab tabloid Nurani terhadap kesadaran mengenakan Jilbab.

Bab lima penutup, yaitu bab terakhir berisi tentang kesimpulan, saran-saran, kata-kata penutup dan riwayat hidup penulis serta lampiran-lampiran.

## **BAB II**

### **PENGARUH MEDIA CETAK**

#### **A. TEORI PENGARUH MEDIA**

##### **1. Teori Tentang Pengaruh**

Pengaruh adalah daya yang timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan seseorang (KBBI, 1994 : 64). Lazarsfeld membagi teori pengaruh menjadi dua macam yaitu, teori efek tidak langsung dan teori efek terbatas. Teori tersebut menunjukkan kesimpulan penting mengenai peran media di masyarakat. Teori efek tidak langsung adalah ketika media terlihat memiliki efek, maka efek tersebut disaring melalui bagian-bagian masyarakat, misalnya melalui teman atau kelompok sosial. Teori efek terbatas adalah teori yang menyatakan bahwa media memiliki efek yang minim atau terbatas karena efek tersebut dikurangi oleh beragam variabel antara (*intervening variable*) (Stanley, 2010 : 177).

Aktivitas dakwah memberikan efek atau pengaruh kepada mad'u untuk menjalankan perintah Allah sesuai yang diajarkan oleh agama Islam. Dakwah diarahkan untuk mempengaruhi 3 aspek perubahan pada diri mitra dakwah, yaitu aspek pengetahuan (*knowledge*), aspek sikapnya (*attitude*), dan aspek perilakunya (*behavioral*). Efek Kognitif berkaitan dengan perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, atau dipersepsi khalayak. Efek ini berkaitan dengan transmisi pengetahuan, keterampilan,



kepercayaan, atau informasi. Efek Afektif timbul bila ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi, atau dibenci khalayak, meliputi segala yang berhubungan dengan emosi, sikap serta nilai. Efek Behavioral, yaitu yang merujuk pada perilaku nyata yang dapat diamati, yang meliputi pola-pola tindakan, kegiatan, atau kebiasaan berperilaku (Aziz, 2012 : 455). Ketika mencapai tahap efek behavioral, maka muncul kecenderungan untuk mengimitasi apa yang audiens anggap sesuai dengan diri audiens.

## **2. Faktor Imitasi**

Imitasi ialah suatu proses di mana seseorang meniru tingkah laku, maupun ide-ide tertentu dari orang lain yang dianggap ideal menurut pandangan dirinya. Seorang komunikator mampu membangkitkan suatu daya fantasi tertentu yang akan mempertemukan pesan-pesan yang akan disampaikannya dengan nilai-nilai ideal dari komunikannya. Satu hal yang kiranya perlu diperhatikan, bahwa faktor imitasi dalam interaksi sosial seringkali juga dilakukan tanpa sikap yang kritis dari orang yang meniru, sehingga dalam satu sisi tertentu faktor imitasi ini dapat menghambat cara berfikir kritis.

Dalam aktifitas dakwah, imitasi sama artinya dengan *taqlid*. Pengertian *taqlid* adalah menirukan apa saja yang disampaikan oleh orang tertentu yang dianggapnya ideal, karena orang tersebut merasakan bahwa apa yang dilakukan oleh idolanya itu sudah dipastikan baik. Gejala *parrotisme* (ikut-ikutan) ini, seringkali tumbuh dalam kehidupan feodalisme, dimana seseorang banyak berorientasi keatas dan menerima apa

saja yang diperolehnya tanpa kritis. Dalam proses dakwah, faktor imitasi harus menjadi perhatian yang serius, sebab apabila imitasi ini terjadi pada hal-hal yang baik, tentunya akan mendorong seseorang kepada perkembangan yang baik pula, sehingga dengan mencontoh tauladan atau sikap orang yang baik akan menumbuhkan pula kerangka pandangan (*frame of reference*) yang positif. Dengan kata lain kita katakan bahwa faktor imitasi ini mempunyai peranan yang penting di dalam menentukan seseorang mengambil sikap tertentu dalam pola pergaulannya (Tasmara, 1997 : 57). Tentunya dalam melakukan imitasi atau *taqlid* harus ada kesadaran dalam diri seseorang yang melakukan imitasi atau *taqlid*.

Proses mengimitasi atau *taqlid* muncul karena motif dan alasan tertentu pada diri audiens. Dalam hal mengimitasi setiap audiens memiliki karakter dan latarbelakang yang berbeda-beda, sehingga motif yang muncul berbeda-beda pada masing-masing individu. Teori yang berkaitan dengan khalayak aktif yaitu *uses and gratification* memiliki kelebihan dalam hal melihat respon khalayak, berikut adalah penjelasan mengenai teori *uses and gratification*.

### **3. Teori Uses And Gratification**

Teori *uses and gratification* mengasumsikan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan sebuah media. Model ini tidak tertarik pada apa yang dilakukan media pada diri orang, tetapi tertarik pada apa yang dilakukan orang terhadap media.

Anggota khalayak dianggap secara aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya.

Teori *uses and gratification*, sering diartikan sebagai teori penggunaan dan pemenuhan kebutuhan. Teori ini mengasumsikan bahwa komunikasi massa berguna (*utility*), bahwa konsumsi media diarahkan oleh motif (*internality*), bahwa perilaku media mencerminkan kepentingan dan preferensi (*selectivity*), dan bahwa khalayak sebenarnya kepala batu (*stubborn*). Penggunaan media hanyalah salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan psikologis, efek media dianggap sebagai situasi ketika kebutuhan itu terpenuhi (Rakhmat, 1985 : 73).

Teori *uses and gratification* mencoba menjelaskan tentang bagaimana audiens memilih media yang mereka inginkan. Mereka merupakan audiens/khalayak yang secara aktif memilih dan memiliki kebutuhan dan keinginan yang berbeda-beda di dalam mengkonsumsi media. Kebutuhan tersebut menimbulkan adanya pengharapan (kepuasan yang dicari) dan ketika pengharapan dicapai akan menimbulkan kepuasan (kepuasan yang didapatkan) dari perilaku penggunaan media. Kepuasan media yang dicari atau didapatkan berupa (McQuail, 2011: 178) :

- a) Informasi dan pendidikan.
- b) Panduan dan saran.
- c) Pengalihan dan relaksasi.
- d) Kontak sosial.
- e) Peneguhan nilai.

- f) Kepuasan budaya.
- g) Pelepasan emosi.
- h) Pembentukan dan konfirmasi identitas.
- i) Ekspresi gaya hidup.
- j) Keamanan.
- k) Mengisi waktu.

Elihu Katz, Jay G. Blumler dan Michael Gurevitch sebagaimana dikutip oleh Effendy (2000 : 289) menyatakan *uses and gratifications* meneliti asal mula kebutuhan secara psikologis dan sosial, yang menimbulkan harapan tertentu dari media massa atau sumber-sumber lain, yang membawa pada pola terpaan media yang berlainan, dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan dan akibat-akibat lain. Pendekatan *uses and gratification* ditujukan untuk menggambarkan proses penerimaan dalam komunikasi massa dan menjelaskan penggunaan media oleh individu atau agregasi individu (Effendy, 2000: 289).

Elihu Katz menggambarkan pendekatan *uses and gratification* yaitu, kondisi sosial psikologis seseorang akan menyebabkan adanya kebutuhan, yang menciptakan harapan-harapan terhadap media massa atau sumber-sumber lain, yang membawa kepada perbedaan pola penggunaan media (atau keterlibatan dalam aktivitas lainnya) yang akhirnya menghasilkan pemenuhan kebutuhan dan konsekuensi lainnya, termasuk yang tidak diharapkan sebelumnya. Pendekatan *uses and gratification* sering

memasukkan unsur motif untuk memuaskan kebutuhan dan alternatif-alternatif fungsional untuk memenuhi kebutuhan (Bungin, 2006: 290).

Jay G. Blumler sebagaimana yang dikutip oleh Stanley J. Baran (2010: 297) menyatakan bahwa perkembangan tradisi *uses and gratification* terkait erat dengan konsep aktivitas audiens. Jay G. Blumler mengidentifikasi beberapa pengertian istilah *uses and gratification* menjadi beberapa hal yaitu :

- a) kegunaan : media memiliki kegunaan untuk orang-orang, dan mereka dapat menggunakan media untuk kegunaan-kegunaan tersebut;
- b) ketersengajaan : konsumsi konten media dapat ditujukan langsung dengan motivasi yang sebelumnya sudah dimiliki seseorang;
- c) selektivitas : penggunaan media oleh seseorang mencerminkan keterkaitan dan kesukaan mereka;
- d) kebal terhadap pengaruh : khalayak sering kali keras kepala, mereka tidak ingin dikontrol oleh siapa pun atau apa pun, bahkan media massa. Khalayak secara aktif menghindari berbagai jenis pengaruh media (Baran, 2010: 297).

Teori *Uses and Gratifications* menyatakan masyarakat cenderung akan memanfaatkan media sesuai dengan kebutuhannya. Sedangkan kebutuhan manusia dapat dilihat dari berbagai aspek yaitu sosiologis, psikologis, dan apa yang ia butuhkan. Model manfaat dan gratifikasi mencakup unsur-unsur berikut :

- a) Audien dipandang bersikap aktif, artinya peranan penting manfaat media massa diasumsikan berorientasi pada sasaran.
- b) Dalam proses komunikasi massa, banyak inisiatif pengaitan antara gratifikasi kebutuhan dan pilihan media yang terletak pada audien.
- c) Media bersaing dengan sumber-sumber pemenuhan kebutuhan yang lain.

Teori tentang keterbukaan selektif merupakan teori lain yang muncul untuk menjelaskan pengaruh media. Menurut teori ini, pengaruh pada audiens dimediasi oleh selektivitas, seperti faktor – faktor kelompok dan interpersonal. Ini berarti bahwa anggota audiens bersifat selektif dalam keterbukaan mereka terhadap informasi. Dalam bentuknya yang paling sederhana, hipotesis tentang keterbukaan yang selektif memperkirakan bahwa manusia dalam sebagian besar situasi akan memilih informasi yang sesuai dengan sikap mereka (Littlejohn, 2011 : 423).

Sebuah prinsip penting adalah konsep tentang segmentasi audien – pembagian audien ke dalam kelompok–kelompok homogen yang memiliki kesamaan sikap, perilaku, dan level pengetahuan dan yang menggunakan saluran komunikasi yang sama. Riset pada audien target memungkinkan komunikator untuk mendesain pesan agar memiliki dampak maksimal (Severin, 2011: 209).

#### **d) Teori Kesadaran**

Kesadaran adalah terjemahan dari *consciousness*. Kata *consciousness* memiliki akar kata *conscious* dari *conscious* dari *cons-scio*

yang artinya ‘aku tahu (sesuatu)’. Kesadaran berarti memperhatikan sesuatu dengan bantuan tanda. Dalam tata bahasa Inggris mengharuskan sadar dan kesadaran, *conscious* dan *consciousness*, umumnya diikuti oleh kata sambung *of* (*conscious of*: sadar akan). Dapat diartikan sadar *akan* sesuatu. Pada dasarnya “kesadaran” hanyalah sesuatu yang berada pada tatanan pemahaman (Audifax, 2010: 37-39).

Kesadaran mencakup perasaan tentang apa yang disadari maupun isinya, yang darinya bisa digunakan untuk memfokuskan atensi (Sternberg, 2006: 59). Kesadaran adalah gambaran-gambaran yang dirasakan oleh ego (IKAPI, 2013: 44).

## **B. TABLOID SEBAGAI MEDIA DAKWAH**

### **1. Deskripsi Tabloid**

#### **1.1 Pengertian Tabloid**

Pengertian Tabloid dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, merupakan surat kabar ukuran kecil (setengah dari ukuran surat kabar biasa) yang banyak membuat berita secara singkat, padat dan bergambar, mudah dibaca umum, selain itu tabloid merupakan tulisan dalam bentuk ringkas dan padat (tentang kritik, paparan dan sebagainya) (KBBI, 2010 : 729). Tabloid memiliki pengertian sebagai salah satu bentuk karya dari jurnalistik yang berbentuk media cetak dan memiliki frekuensi terbit mingguan maupun bulanan.

Tabloid dapat dibedakan menurut waktu edar dan isinya diantaranya : tabloid mingguan yang terbit setiap minggu sekali, tabloid

bulanan yang terbit setiap satu bulan sekali, tabloid olahraga yang isi beritanya terfokus pada permasalahan seputar olahraga, tabloid wanita, dan lain sebagainya (Samantho, 2002 : 40).

## 1.2 Sejarah Tabloid

Kemunculan tabloid ada karena perkembangan media massa paling tua yaitu media cetak. Sejarah tabloid diawali dari negara-negara Eropa dan Amerika (Elvinaro dan Lukiat, 2004 : 109).

### a) Di Inggris

Tabloid di Inggris (London) adalah *review* yang diterbitkan oleh Daniel Depoe pada tahun 1704. Bentuk tabloid adalah antara majalah dan surat kabar, hanya halaman kecil, serta terbit tiga kali satu minggu. Tabloid tersebut berisi masalah politik, berita-berita internasional, tulisan yang mengandung unsur-unsur moral, berita-berita hiburan (teater) dan gosip (Elvinaro dan Lukiat, 2004: 109).

### b) Di Amerika

Pada tahun 1740 di Amerika muncullah General Magazine dan Historical Chronicle yang dipelopori oleh Benjamin Franklin. Pertengahan abad 20 Reader's Digest menjadi tabloid yang sukses. Reader's Digest dapat mencapai pelanggan sebanyak 18 juta untuk pembaca di Amerika pada tahun 1973.

## 1.3 Kategorisasi Tabloid

Kategorisasi tabloid ditentukan oleh sasaran khalayak yang dituju. Artinya, sejak awal redaksi sudah menentukan siapa yang akan menjadi pembacanya, apakah anak-anak, remaja, wanita dewasa, pria



dewasa atau untuk pembaca umum dari remaja sampai dewasa. Bisa juga tabloid itu mempunyai sasaran pembaca dengan profesi tertentu, seperti pelaku bisnis, atau pembaca dengan hobi tertentu, seperti hobi bertani, beternak dan memasak (Elvinaro dan Lukiati, 2004 : 112).

#### **1.4 Fungsi Tabloid**

Tabloid termasuk dalam golongan media cetak, yang memiliki 4 fungsi penting, yaitu :

- a. Fungsi memberi informasi (*to inform*), bahwa dalam masyarakat yang terbuka terhadap informasi, atau informasi menjadi kebutuhannya, media cetak berfungsi untuk memenuhi kebutuhan tersebut.
- b. Fungsi mendidik (*to educate*), berita yang bertebaran di media cetak sangat kaya akan informasi yang mendidik karena mampu meningkatkan kecerdasan dan pekerti masyarakat.
- c. Fungsi menghibur (*to entertain*), tampak jelas dari isi (*content*) medianya, yang mencakup berita, laporan, foto, dan artikel mengenai gaya hidup, cerita bersambung, cerpen, konser music, dunia tari, dunia mode, karikatur, feature (karangan khas), humor, kehidupan artis, film, dan lain-lain.
- d. Fungsi kontrol sosial (*Social control*), fungsi pokok media atau pers di negara-negara demokrasi adalah mengadakan fungsi kontrol sosial atau pengawasan masyarakat (Barus, 2010 : 16).

### 1.5 Karakteristik Tabloid

Tabloid merupakan media yang paling sederhana dalam pengorganisasiannya, relatif mudah mengelolanya, serta tidak membutuhkan modal yang banyak. Adapun karakteristik tabloid di antaranya adalah sebagai berikut (Elvinaro dan Lukiat, 2004: 113) :

a. Penyajian lebih mendalam

Pada umumnya tabloid memiliki frekuensi terbit adalah mingguan, dwi mingguan, sehingga para wartawannya memiliki waktu relatif lama untuk memahami dan mempelajari suatu peristiwa.

b. Nilai Aktualisasi lebih lama

Pada umumnya surat kabar hanya memiliki nilai aktualitas satu hari, sedangkan nilai aktualitas tabloid bisa satu minggu. Misalkan pembaca menganggap “basi” surat kabar kemarin atau dua hari yang lalu bila pembaca membaca saat ini. Akan tetapi tidak pernah menganggap “basi” tabloid yang terbit dua atau tiga hari yang lalu.

c. Gambar/foto lebih banyak

Tabloid juga dapat menampilkan gambar/foto dengan ukuran besar dan kadang-kadang berwarna. Foto-foto yang ditampilkan tabloid memiliki daya tarik tersendiri, karena gambar atau foto yang ditampilkan bersifat eksklusif artinya belum tentu media lain mendapatkan gambar atau foto tersebut.

d. *Cover* (sampul) sebagai daya tarik

*Cover* atau sampul tabloid juga merupakan daya tarik tersendiri. *Cover* ibarat pakaian dan aksesorisnya pada manusia. *Cover* tabloid biasanya menggunakan gambar dan warna yang menarik.

## 1.6 Definisi Rubrik

W.J.S Poerwadarminta dalam Kamus Bahasa Indonesia menjelaskan bahwa rubrik adalah kepala (ruangan) karangan dalam surat kabar, majalah, dan lain sebagainya (W.J.S Poerwadarminta, 1996: 83).

Sementara itu, Onong Uchjana Effendy menyatakan bahwa rubrik berasal dari bahasa Belanda yaitu *rubriek*, yang artinya ruangan pada halaman surat kabar, majalah atau media cetak lainnya mengenai suatu aspek atau kegiatan dalam kehidupan masyarakat, misalnya rubrik wanita, rubrik olahraga, rubrik pendapat pembaca dan sebagainya (Effendy, 1989: 316).

Menurut Effendy, jenis-jenis rubrik adalah sebagai berikut :

- 1) Rubrik Informasi
  - a) Perihal keluarga (pertunangan, perkawinan, kelahiran, kematian).
  - b) Kesejahteraan (koperasi, fasilitas dari organisasi, kredit rumah).
  - c) Pengumuman pimpinan organisasi.
  - d) Peraturan.
  - e) Surat keputusan.

- f) Pergantian pemimpin.
- g) Kepindahan pegawai.
- h) Pertemuan (rapat kerja, penataran, konferensi, dan lain-lain).
- 2) Rubrik Edukasi
  - a) Tajuk Rencana.
  - b) Artikel (pengetahuan, keterampilan, keagamaan, dan lain-lain).
  - c) Kutipan pendapat tokoh (keahlian, kemasyarakatan, keagamaan).
- 3) Rubrik Rekreasi atau Hiburan
  - a) Cerita Pendek.
  - b) Anekdote.
  - c) Pojok atau sentilan.
  - d) Kisah minat insan (human interest).
  - e) Lain-lain.

Menurut Pimpinan Redaksi Tabloid Nurani, Muhammad Khozin menyatakan Rubrik Jilbab termasuk dalam kategori rubrik rekreasi atau hiburan karena berisi informasi ringan tentang tutorial berjilbab. Tabloid Nurani membuat rubrik jilbab yang sifatnya ringan dan menampilkan gambar-gambar *full colour* yang bertujuan menarik minat pembaca (wawancara dengan Pimred Khozin, Jumat 23 Oktober 2015).

## **2. Media Dakwah**

### **2.1 Pengertian Dakwah**

Secara harfiah (etimologi) kata dakwah mengandung arti antara lain: ajakan, panggilan, seruan, permohonan (do'a), pembelaan, dan lain sebagainya. Secara konseptual dakwah diarahkan pada usaha merubah

sikap beragama dari masyarakat penerima dakwah dan dalam pelaksanaannya dakwah dilakukan dengan jiwa tulus serta ikhlas. (Pimay, 2005 : 13).

Menurut Toha Yahya Omar, dakwah adalah mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan untuk kemaslahatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan di akhirat.

Menurut Nasaruddin Latif, dakwah adalah setiap usaha atau aktivitas dengan lisan, tulisan dan lainnya yang bersifat menyeru, mengajak, memanggil manusia untuk beriman dan mentaati Allah sesuai dengan garis-garis akidah dan syariat Islamiyah.

Sedangkan menurut M. Arifin sebagaimana yang dikutip oleh Ali Aziz (2004: 13), dakwah adalah suatu kegiatan ajakan dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku, dan sebagainya yang dilakukan secara sadar dan terencana dalam usaha memengaruhi orang lain secara individu maupun kelompok agar supaya timbul dalam dirinya suatu pengertian, kesadaran, sikap, penghayatan, serta pengamalan terhadap ajaran agama, message yang disampaikan kepadanya tanpa ada unsur-unsur paksaan (Aziz, 2004 : 13).

Maka dakwah dapat diartikan sebagai kegiatan yang bersifat menyeru, mengajak dan memanggil orang untuk beriman dan taat kepada Allah sesuai dengan garis aqidah, syariat dan akhlak Islam.

## 2.2 Media Dakwah

Media berasal dari bahasa Latin *medium* yang berarti perantara, pengantar atau tengah. Secara umum istilah ‘media’ mencakup sarana komunikasi seperti pers, media penyiaran (*broadcasting*) dan sinema. Media juga mencakup berbagai jenis hiburan (*entertainment*) dan informasi untuk audiens yang besar. Media diasumsikan merujuk pada berbagai institusi atau bisnis yang berkomunikasi dengan para audiens, terutama dalam menyediakan pengisi waktu luang/hiburan (Burton, 2012: 9).

Media ialah alat atau wahana yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Komunikasi bermedia adalah komunikasi yang menggunakan saluran atau sarana untuk meneruskan suatu pesan kepada komunikan yang jauh tempatnya, dan atau banyak jumlahnya (Ilaihi, 2010: 104).

Secara lebih spesifik, yang dimaksud dengan media adalah alat-alat fisik yang menjelaskan isi pesan atau pengajaran, seperti buku, film, video kaset, slide, dan sebagainya. Adapun yang dimaksud dengan media dakwah, adalah peralatan yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah kepada penerima dakwah (Amin, 2009: 113).

Media dakwah dibagi menjadi tiga, yaitu:

- a) *Spoken Word*, yaitu media dakwah yang berbentuk ucapan atau bunyi yang dapat ditangkap dengan indra telinga seperti radio, telepon, dan sebagainya.

- b) *Printed writing*, yaitu media dakwah yang berbentuk tulisan, gambar, lukisan, dan sebagainya yang dapat ditangkap dengan indra mata.
- c) *The audio visual*, yaitu media dakwah yang berbentuk gambar hidup yang dapat didengar sekaligus dapat dilihat seperti televisi, film, video, dan sebagainya (Aziz, 2004: 149).

Aktivitas dakwah Islam tidak cukup dengan menggunakan media-media tradisional, seperti melalui ceramah-ceramah dan pengajian-pengajian yang masih menggunakan media komunikasi oral atau komunikasi tutur. Penggunaan media-media komunikasi modern sesuai dengan taraf perkembangan daya pikir manusia harus dimanfaatkan sedemikian rupa, agar dakwah Islam lebih mengena sasaran dan tidak ketinggalan zaman (Amin, 2009: 112).

### **2.3 Dakwah Sebagai Proses Komunikasi Persuasif**

Proses persuasif bertujuan untuk mengubah sikap, pendapat dan perilaku. Istilah persuasif bersumber pada perkataan Latin “*persuasion*” memiliki kata kerja “*persuade*” yang berarti membujuk, mengajak, atau merayu.

Dalam pengertian yang lebih luas, persuasif dapat diartikan sebagai suatu proses mempengaruhi pendapat, dan tindakan orang dengan menggunakan manipulasi psikologis, sehingga orang tersebut bertindak atas kehendaknya sendiri. Akibat yang ditimbulkan dari kegiatan persuasif adalah sebuah nilai kesadaran, kerelaan disertai perasaan senang.

Komunikasi persuasif akan menimbulkan dampak yakni dampak kognitif, afektif dan behavioral.

Komunikasi merupakan bagian dari salah satu tindakan mempengaruhi yang dapat menggunakan cara persuasif. Maksud komunikasi persuasif dalam kerangka dakwah adalah komunikasi yang senantiasa berorientasi pada segi-segi psikologis mad'u dalam rangka membangkitkan kesadaran mereka untuk menerima dan melaksanakan ajaran islam (Illaihi, 2010 : 125).

Persuasivitas komunikasi dakwah mengarah pada sampai sejauh mana pesan-pesan dan aktivitas dakwah dapat mempengaruhi dan meyakinkan jemaah dakwah. Komunikasi dakwah memiliki pengaruh yang berbeda-beda pada setiap mad'u. Ada yang berpengaruh yang besar, namun ada pula berpengaruh kecil. Sekecil apa pun pengaruh yang ditimbulkan dari dakwah, selayaknya dipahami sebagai pengaruh dari kegiatan komunikasi dakwah (Ma'arif, 2010 : 64).

### **3. Tabloid Sebagai Media Dakwah**

Dakwah dan tabloid adalah dua variabel yang berkaitan dalam penelitian ini. Dakwah memiliki unsur yang salah satunya adalah media dakwah (Sanwar, 1986 : 40). Media dakwah yang salah satunya Tabloid bisa mendukung kegiatan menyampaikan dakwah.

#### **3.1 Tabloid Sebagai Media Dakwah**

Setiap aksi dakwah akan menimbulkan reaksi. Demikian jika dakwah telah dilakukan oleh seorang da'i dengan materi dakwah, wasilah,



thariqah tertentu maka akan imbul respons dan efek (atsar) pada mad'u (penerima dakwah) (Aziz, 2004 : 138).

Tabloid menjadi media dakwah ketika terdapat pesan-pesan dakwah dalam materinya. Dalam istilah komunikasi pesan juga disebut dengan *message*, *content*, atau informasi. Pesan-pesan dakwah merupakan rangsangan yang harus mampu menstimulir orang lain (komunikan) sehingga atas dasar ini dapat terbentuk partisipasi dan interaksi (Tasmara, 1997 : 54).

Tabloid termasuk media dakwah yang berupa media visual (hanya bisa ditangkap oleh mata) memiliki dua keunggulan yaitu :

- a) Tabloid memberikan kesempatan kepada mad'u untuk memilih materi yang sesuai dengan kemampuan dan kepentingannya dan mad'u dapat membacanya berulang-ulang secara bebas.
- b) Tabloid tidak terikat waktu dalam menemui mad'u, pembaca dapat secara bebas dapat kembali kepada materi atau naskah yang pernah dibacanya untuk menguatkan ingatannya. Dengan ini maka akan dapat menimbulkan efek berganda (*multiplier effect*) yaitu efek yang ada dapat muncul kembali ketika dibaca berulang-ulang yang tidak dapat dijumpai pada media lain (Arifin, 2011 : 104).

### **3.2 Jilbab Sebagai Materi Dakwah**

Wanita muslim diwajibkan melaksanakan perintah Allah, di antaranya mengenakan pakaian penutup aurat, menjaga harga diri, dan rasa malu. Semua dilakukan atas dasar taat kepada Allah Swt dan Rasulullah Saw. Hal yang dapat dilakukan di antaranya memakai jilbab saat berada di

luar rumah. At Tirmidzi (dalam Shihab) meriwayatkan dalam hadits, yang memiliki arti:

Dari Ibn Mas'ud bahwa Nabi Saw, "Wanita adalah aurat, maka apabila dia keluar (rumah), maka setan tampil membelalakan matanya dan bermaksud buruk terhadapnya. (HR. At Tirmidzi dan dia menilainya hasan gharib) (Shihab, 2005 : 86).

Surat Al Ahzab ayat 59 juga menjelaskan mengenai perintah menutup aurat, yaitu :

يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ قُلْ لِّأَزْوَاجِكَ وَبَنَاتِكَ وَنِسَاءِ الْمُؤْمِنِينَ يُدْنِينَ عَلَيْهِنَّ مِنْ جَلِيبِهِنَّ ذَٰلِكَ أَدْنَىٰ أَنْ يُعْرَفْنَ فَلَا يُؤْذَيْنَ ۚ وَكَانَ اللَّهُ غَفُورًا رَّحِيمًا ﴿٥٩﴾

Artinya : Hai Nabi, katakanlah kepada isteri-isterimu, anak-anak perempuanmu dan isteri-isteri orang mukmin: "Hendaklah mereka mengulurkan jilbabnya ke seluruh tubuh mereka". Yang demikian itu supaya mereka lebih mudah untuk dikenal, karena itu mereka tidak ganggu. Dan Allah adalah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang. (Qs. Al-Ahzab: 59) (Depag, 1986 : 678).

Turunnya firman tersebut kepada Nabi SAW, isteri-isteri dan putri-putri beliau serta isteri-isteri orang mukmin menunjukkan bahwa seluruh wanita muslimah dituntut menjalankan perintah menutup aurat. Selain ayat tersebut, ayat-ayat lain yang menyinggung soal jilbab adalah surat Al-Ahzab ayat 32, 33 dan 53, serta an-Nur ayat 30, 31 dan 60 (Uwaidah, 1998 : 661).

Jilbab merupakan busana muslimah yang digunakan wanita untuk menutupi keindahan bentuk tubuh wanita. Mengenai model jilbab atau busana muslimah tidak ditentukan secara terinci. Mode adalah usaha yang bertujuan untuk menciptakan dan memberi bentuk baru terhadap pakaian

wanita agar dapat sesuai dengan selera-selera pemakainya sebagai warga masyarakat yang berkebudayaan berbeda-beda (Munawaroh, 2013: 30).

Kata "jilbab" di Indonesia digunakan secara luas sebagai busana kerudung yang menutupi kepala perempuan (rambut dan leher) yang digunakan dengan baju yang menutupi tubuh kecuali telapak tangan dan kaki. Kata ini masuk dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia pada tahun 1990 bersamaan dengan mulai populernya penggunaan jilbab di kalangan muslimah perkotaan. Dalam kosakata bahasa Indonesia menurut KBBI, jilbab adalah kerudung lebar yang dipakai perempuan muslim untuk menutupi kepala dan leher sampai ke dada. Secara umum mereka yang menutupi bagian itu disebut orang yang berjilbab.

Memakai jilbab berguna untuk menjaga tingkah laku wanita dan tidak diganggu oleh orang lain, karena wanita yang menutup dirinya akan lebih terjaga dan membuat para lelaki bertindak lebih sopan. Berbeda dengan wanita yang mengenakan pakaian yang terbuka, tentunya dapat menimbulkan ketertarikan dari orang yang melihatnya (Al-Qurthubi, 2009: 587). Kewajiban memakai jilbab dapat disampaikan kepada wanita muslim, untuk menjaga diri wanita muslim juga untuk menjaga tingkah laku wanita muslim. Maka dari itu, jilbab dapat dijadikan sebagai materi dakwah karena dengan mengenakan jilbab merupakan kewajiban bagi wanita muslim dan juga sebagai kontrol terhadap tingkah laku. Hal tersebut didukung dengan adanya ayat Al-Qur'an dan hadits yang

menjelaskan tentang perintah menutup aurat, sehingga bisa dijadikan sebagai materi untuk berdakwah.

Berdasarkan uraian di atas, antara dakwah dan tabloid memiliki keterkaitan satu sama lain. Dakwah sebagai sebuah proses komunikasi tentunya membutuhkan media untuk menyampaikan pesan-pesan kepada audien. Tabloid bisa digunakan sebagai salah satu media komunikasi dalam berdakwah. Tabloid sebagai media dakwah mengandung materi dakwah yang salah satunya berupa kegiatan mengajak komunikan untuk melaksanakan kewajibannya sebagai muslim, contohnya dengan berjilbab.

### **C. PENGARUH MEDIA CETAK**

Untuk mengetahui pengaruh media cetak terjadi dalam diri komunikan dapat dilihat dari tiga aspek, yaitu kognitif, afektif, dan behavioral (Amir, 1999: 31-32).

#### **1. Pengaruh Kognitif**

Pengaruh kognitif adalah akibat yang timbul pada diri komunikan yang sifatnya informatif bagi diri komunikan. Pengaruh kognitif adalah tentang bagaimana media massa dapat membantu khalayak dalam mempelajari informasi yang bermanfaat (Elvinaro dan Lukiati, 2004: 52). Seorang pembaca media cetak akan merasa mendapatkan pengetahuan baru setelah membaca rubrik yang disajikan oleh media cetak tersebut. Apabila media cetak telah mampu memberikan tambahan pengetahuan bagi komunikannya, berarti media tersebut telah menimbulkan pengaruh kognitif bagi penerima pesan yang disampaikannya.

Indikator pengaruh kognitif adalah ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, atau dipersepsi khalayak. Efek ini berkaitan dengan transmisi pengetahuan, keterampilan, kepercayaan, atau informasi (Aziz, 2004 : 139). Setelah menerima pesan dakwah, mitra dakwah akan menyerap isi dakwah tersebut melalui proses berpikir, dan efek kognitif ini bisa terjadi apabila ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, dan dimengerti oleh mad'u tentang isi pesan yang diterimanya.

## **2. Pengaruh Afektif**

Pengaruh afektif memberikan dampak yang lebih mengena dalam perasaan komunikannya ketika pembaca membaca tulisan sedih, maka dalam diri komunikan akan muncul perasaan iba, kasihan dan sebagainya. Jika dalam diri komunikan muncul rasa senang, suka atau tidak suka terhadap sajian yang ada di media cetak berarti media cetak telah memberikan pengaruh afektif terhadap diri komunikan atau pembacanya (Elvinaro dan Lukiati, 2004: 54).

Indikator dari pengaruh afektif adalah ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi, atau dibenci khalayak, yang meliputi segala yang berhubungan dengan emosi, sikap, serta nilai (Aziz, 2004: 139). Efek ini merupakan pengaruh dakwah berupa perubahan sikap komunikan (mitra dakwah) setelah menerima sikap. Pada tahap ini penerima dakwah dengan pengertian dan pemikirannya terhadap pesan dakwah yang telah diterimanya akan membuat keputusan untuk menerima atau menolak pesan dakwah.

### **3. Pengaruh Behavioral**

Pengaruh behavioral adalah dampak yang timbul pada komunikan dalam bentuk perilaku, tindakan atau kegiatan (Elvinaro dan Lukiati, 2004: 54). Setelah mendapat tambahan pengetahuan atau informasi, dan munculnya rasa suka atau tidak suka, maka pengaruh yang terakhir adalah berubahnya perilaku komunikan. Jika komunikan telah melakukan apa yang disajikan oleh media cetak berarti proses komunikasi melalui media cetak telah mencapai pengaruh behavioral dalam diri pembaca.

Indikator pengaruh behavioral merujuk pada perilaku nyata yang dapat diamati, yang meliputi pola-pola tindakan, kegiatan, atau kebiasaan berperilaku (Aziz, 2004: 140). Efek ini merupakan suatu bentuk efek dakwah yang berkaitan dengan pola tingkah laku khalayak dalam merealisasikan materi dakwah yang diterima dalam kehidupan sehari-hari.

## **BAB III**

### **DESKRIPSI TENTANG TABLOID NURANI**

#### **A. Tabloid Nurani**

##### **1. Sejarah dan Perkembangan Tabloid Nurani**

Tabloid Nurani secara historis berdiri pada tanggal 21 November 2000 yang dipelopori oleh H. Imaman Nasy Uri dan Hasri Aska di Surabaya. Tabloid Nurani merupakan salah satu tabloid yang ada di Indonesia, tepatnya di Surabaya dan telah mempunyai cabang di beberapa wilayah, di antaranya adalah di Jakarta dan Jawa Tengah (wawancara dengan Pimred Khozin, Jumat 23 Oktober 2015). Adapun kantor Head Office Tabloid Nurani berada di Gedung Graha Nurani jl. Kelintang Baru III/91 Surabaya. Tabloid ini juga telah mempunyai situs dan email, yakni situs <http://www.nurani.co.id> dan email [redaksinurani@yahoo.com](mailto:redaksinurani@yahoo.com) (Tabloid Nurani Edisi 735, 2015 : 4).

Tabloid Nurani berdiri pada era reformasi yang saat itu banyak terjadi konflik. Tabloid Nurani ingin memberikan sebuah solusi dari sisi yang lebih teduh sehingga tidak terkesan provokatif. Materi Tabloid Nurani disesuaikan dengan tuntunan agama Islam.

Pada awalnya Tabloid Nurani berisi materi-materi yang bertujuan untuk menjembatani keinginan beragama yang kuat dikalangan wanita urban perkotaan. Wanita urban perkotaan adalah wanita yang hidup di kota, namun bisa juga berasal dari desa. Mereka ingin mempelajari agama islam tetapi dengan cara yang lugas dan ringan. Tabloid Nurani mengisi kekosongan ini,

dengan kemasan tampilan populer dan gampang dicerna. Jadi, Tabloid Nurani menjadi salah satu alternatif mempelajari ilmu keagamaan secara lebih mudah (wawancara dengan Pimred Khozin, Jumat 23 Oktober 2015).

Pendirian Tabloid Nurani dilatarbelakangi oleh beberapa faktor, yang *pertama*, kemunculan dan perkembangan demokrasi di Indonesia yang menyebabkan terjadinya gejolak dan persaingan aspek kehidupan. Tabloid Nurani muncul guna menjadi media penyeimbang dan menjadi media yang tidak provokatif. *Kedua*, adanya kebebasan dalam dunia penerbitan, sehingga banyak bermunculan berbagai bidang media massa baik, cetak ataupun elektronik. Kemunculan berbagai media massa tersebut tidak semata-mata bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan wawasan kepada masyarakat, tetapi lebih diprioritaskan pada orientasi profit (wawancara dengan Pimred Khozin, Jumat 23 Oktober 2015).

Pada era reformasi banyak bermunculan berbagai persoalan di masyarakat, baik dalam kehidupan keluarga, bermasyarakat, maupun berbangsa dan bernegara. Contohnya adalah munculnya media-media “kotor” yang menyuguhkan pornografi dan kekerasan. Hal itu berdampak pada generasi muda yang terpengaruh dan terjebak dalam kehidupan yang negatif. Menanggapi persoalan di atas, munculah ide dan gagasan untuk membuat sebuah tabloid yang dapat memberikan kesejukan di hati masyarakat. Tabloid Nurani didirikan secara resmi pada tahun 2000 yang diprakarsai oleh kelompok Brilian Group, yang dipelopori H. Imaman Nasy Uri dan Hasri Aska (wawancara dengan Pimred Khozin, Jumat 23 Oktober 2015).



Tabloid Nurani secara umum mempunyai tujuan untuk menambah pengetahuan dan wawasan masyarakat tentang agama. Tujuan ini kemudian diaplikasikan ke dalam visi yang dikembangkan oleh Tabloid Nurani, yakni menyelamatkan keluarga muslim dari pengaruh negatif era globalisasi, menenangkan hati serta membuka wawasan keluarga terhadap ajaran Islam.

Tabloid Nurani memiliki misi yaitu, untuk saling menasehati dalam kebenaran, saling menasehati dalam kesabaran, dan saling menasehati melalui rubrik Islami. Misi inilah yang ingin dikembangkan oleh Tabloid Nurani melalui rubrik-rubriknya. Saat ini Tabloid Nurani berada di bawah naungan PT Nurani Media Teduh yang melahirkan beberapa Tabloid yaitu, Nurani, Modis, Info Haji, Hijab Fashion dan Kisah Hikmah (wawancara dengan Pimred Khozin, Oktober : 2015).

Menurut Pimpinan Redaksi Tabloid Nurani M. Khozin, perkembangan Tabloid Nurani sejak berdiri hingga sekarang relatif baik. Perkembangan tabloid Nurani dipengaruhi oleh lima faktor, yaitu :

- 1) Tabloid Nurani berusaha memberikan suguhan materi yang baru dan mudah di cerna oleh masyarakat, khususnya pada aspek pengetahuan dan wawasan tentang agama (Islam) yang dibutuhkan oleh masyarakat modern saat ini.
- 2) Tabloid Nurani berusaha mengembangkan jangkauan pasar Tabloid Nurani. Tabloid Nurani pada awalnya hanya berada di Surabaya sebagai kantor pusat dan tempat terbitnya, namun sekarang telah berkembang sampai ke beberapa wilayah, di antaranya adalah Jawa Timur, Jawa

Tengah, Jawa Barat, Jakarta, Bali, dan luar Jawa. Kini tabloid Nurani juga dapat dinikmati versi digitalnya melalui [www.getscoop.com](http://www.getscoop.com)

- 3) Tabloid Nurani dari segi harga cukup ekonomis dan dapat dijangkau oleh seluruh lapisan masyarakat, dimana harganya berkisar antara Rp.13.000,- (untuk wilayah Jawa) dan Rp. 15.000,- (untuk daerah luar Jawa).
- 4) Tabloid Nurani tidak masuk dalam faham dan golongan tertentu serta berusaha netral dan obyektif, baik dalam bidang ekonomi, sosial, politik, pendidikan, dan lain sebagainya. Selalu menyajikan informasi yang ringan namun mendidik, mudah dipahami karena sesuai dengan karakteristik Islam perkotaan yang dinamis, serta menampilkan sosok-sosok inspiratif, baik dari kalangan selebritis, ulama, pakar agama dan sosok inspiratif lainnya.
- 5) Disamping memberikan wawasan dan pengetahuan tentang agama, Tabloid Nurani juga mengupas tentang persoalan dan realitas yang sedang terjadi dan bersifat aktual, baik yang berkaitan dengan bidang politik, ekonomi, pendidikan anak, budaya, *trend*, mode, problematika keluarga, masalah remaja, dan lain sebagainya (wawancara dengan Pimred Khozin, Oktober : 2015).

Sasaran Tabloid Nurani meliputi keluarga, anak-anak, remaja, dewasa, dan utamanya adalah wanita. Konsumen utamanya adalah muslimah di perkotaan dengan latar belakang ekonomi menengah ke bawah. Pemilihan wanita sebagai sasaran utama Tabloid Nurani karena wanita dipandang mempunyai persoalan yang lebih kompleks dan lebih menarik, baik yang

berkaitan dengan penampilan, problem individu, pendidikan, karir, dan sebagainya.

Tabloid Nurani juga memiliki beberapa hambatan dan tantangan yang dihadapi, baik dari dalam (internal) maupun dari luar (eksternal) Tabloid Nurani. hambatan dan tantangan secara internal di antaranya adalah kurangnya konsentrasi dan perhatian pengurus karena kesibukannya di luar, serta terkadang kurangnya semangat dan loyalitas bekerja dari para wartawan sehingga menghambat kinerja team kerja.

Sedangkan tantangan dan hambatan secara eksternal berasal dari sikap dan tanggapan masyarakat yang kontra terhadap isi dari sajian Tabloid Nurani. Adanya persaingan di bidang media massa, serta munculnya media baru “online” yang semakin digemari oleh masyarakat (wawancara dengan Pimred Khozin, Jumat 23 Oktober : 2005).

### **Struktur Redaksi Tabloid Nurani**

Struktur organisasi Tabloid Nurani Periode 2014-2017 adalah sebagai berikut :

Pemimpin Redaksi	:	H. M. Khozin
Dewan Redaksi	:	H. Imawan Manshuri
		H. Iwan Boddy Rifianto
		H. Nur Cahya Hadi
		H. M. Khozin
		Ami Haritsah
Wakil Pemimpin Redaksi	:	Kiki Rizky Amalia

Redaktur	:	M. Yunan Muzakki Rohman Hidayati H. Nur Cahya Hadi Ami Haritsah
Staf Redaksi	:	Bagus, Isna, Anita, Fathor
Kopi Editor	:	Irma, Isyafir Rodliyah
Fotografer	:	A. Nizar Fatich, Arya, Ashar, Rossy
Penerbit	:	PT. Nurani Media Teduh

Nama	Tabloid Nurani
Penerbit	PT. Nurani Media Teduh
Kedudukan	Surabaya, Jawa Timur.
Mulai Terbit	1 Ramadhan 1421 H/tahun 2000
Kategori Terbit	Mingguan
Jadwal Terbit	Selasa
Jumlah Halaman	36 halaman
Packaging (kemasan)	Art Paper Jilid Staples

## 2. Karakteristik Isi Tabloid Nurani

Tabloid Nurani memiliki karakteristik yaitu ulasan tentang berita ke-Islaman yang sedang menyita perhatian publik, informasi pendidikan Islam, kajian hukum Islam, wawasan problematika kesehatan dan psikologi anak, karir dan keluarga muslimah. Serta panduan gaya hidup halal, mulai dari berbusana hingga kuliner. Menyajikan tokoh-tokoh inspiratif, baik dari

kalangan artis, politisi bahkan ulama. Kisah-kisah Islami zaman Nabi dan sahabat yang mampu menginspirasi umat Islam, dan juga wawasan keislaman manca negara.

Tabloid Nurani memiliki karakteristik informasi yang ringan namun mendidik. Bahasa yang digunakan dikemas secara ringan agar mudah dipahami karena sesuai dengan karakteristik Islam perkotaan yang dinamis. Sedangkan Tabloid Nurani memiliki fungsi yaitu,

- a. fungsi dakwah Islamiyah, tentu saja dakwah dengan tulisan
  - b. memberikan inspirasi positif bagi umat Islam, khususnya keluarga muslim untuk mengarungi hidup secara islami dalam berbagai aspek
  - c. mendidik umat untuk bergaya hidup islami, mulai dari berbusana, bermuamalah, beribadah, dan bermasyarakat bahkan bernegara
- (wawancara dengan Pimred Khozin, Jumat 23 Oktober 2015).

### **3. Rubrik Jilbab Tabloid Nurani**

Rubrik Jilbab merupakan rubrik yang membahas atau memuat cara-cara berjilbab dalam berbagai aspek. Misalnya, bagaimana berjilbab untuk acara pernikahan, acara wisuda, berjilbab sporty, jilbab untuk ke pesta, jilbab dengan gaya klasik, dan lain sebagainya dengan gaya yang menyesuaikan fashion yang sedang berkembang. Berisi tips-tips berjilbab sesuai dengan tema yang sedang di ulas.

Rubrik Jilbab di Tabloid Nurani memiliki tujuan untuk menjadi jawaban atas kegelisahan muslimah yang menutup aurat namun tetap ingin

tampil modis dan menarik. Tabloid Nurani melalui rubrik Jilbab memiliki tujuan memberikan informasi tentang fashion jilbab kepada pembacanya. Maka rubrik Jilbab memberikan panduan cara-cara, tahapan-tahapan mengkreasikan jilbab dengan model yang kreatif dan menarik. Rubrik Jilbab Tabloid Nurani ingin menjadi rujukan fashion jilbab, khususnya bagi muslimah perkotaan sebagai bagian utama dari segmentasi pembacanya (wawancara dengan Pimred Khozin, Jumat 23 Oktober 2015).

Peneliti memfokuskan penelitian pada rubrik Jilbab dengan alasan rubrik tersebut memberikan cara-cara berjilbab yang selalu *up to date* tetapi tetap sopan. Cara-cara berjilbab yang *up to date* mampu menarik perhatian muslimah, terutama yang sedang belajar berjilbab. Mereka biasanya menirukan atau mengimitasi apa yang mereka suka dan apa yang mereka sukai.

Secara sederhana dapat diterjemahkan bahwa yang dimaksud dengan imitasi ialah suatu proses di mana seseorang meniru tingkahlaku, maupun ide-ide tertentu dari orang lain yang dianggap ideal menurut pandangan dirinya. Walaupun tidak keseluruhan pola tingkahlaku manusia terjadi melalui proses imitasi, tetapi memang benar bahwa faktor ini memberikan pengaruh atau andilnya yang cukup besar. Peranan faktor imitasi terjadi pada diri orang dewasa, misalnya dalam hal mode atau kebudayaan tertentu.

Faktor imitasi, pada umumnya timbul apabila terpenuhi persyaratan, diantaranya ialah :

1. Adanya sikap tertentu pada seseorang yang sangat menghargai atau mengagumi hal-hal yang diimitasinya.
2. Adanya minat yang besar terhadap hal yang akan ditirunya tersebut.
3. Seseorang mengimitasi sesuatu, bisa juga dikarenakan adanya situasi sosial, di mana dia berpendapat bahwa dengan meniru sesuatu cara tertentu, dia akan mendapatkan penghargaan atau prestise tertentu di dalam kelompok sosialnya (Tasmara,1997 : 58).

## Rubrik Jilbab Tabloid Nurani

Gambar 1

Rubrik Jilbab Edisi 732 halaman 34

**Jilbab**  
Edisi 732 Minggu IV Februari 2015 Tahun XIV

### Flowery Purple

1. Kenakan inner ninja sebagai dasar jilbab.
2. Lipat jilbab menjadi segitiga, lalu kenakan dengan sama sisi.
3. Tarik jilbab dari kanan ke kiri.
4. Buat lipatan ke depan sisi kiri.
5. Tarik ujung jilbab sisi kanan ke atas, lalu rapikan.

Wardrobe: Karita Muslim Square  
Model: Nabila  
Naskah: Rosy  
Foto: Rosy

Kreasi jilbab simpel dengan jilbab segitrap bermotif bunga ini dapat Anda gunakan dengan cukup mudah dan singkat. Dapat Anda padukan dengan rok *high waist*. Berikut cara mengkreasi-nya.

① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦

### Dashmina Aksen pilin

Ingin tampil beda dengan jilbab pashmina Anda? Kreasikan pashmina dengan aksen pilin pada bagian leher agar kesan lebih bervolume. Kenakan bros aksen bunga untuk memberikan kesan feminin pada penampilan Anda.

1. Kenakan inner ninja sebagai dasar jilbab.
2. Lipat ujung pashmina dan kenakan asimetri, dengan sisi kiri lebih panjang.
3. Tarik jilbab ke sisi kanan.
4. Angkat bagian tengah jilbab ke atas.
5. Tarik dan pilin jilbab ke sisi kanan.
6. Angkat dan bentangkan jilbab ke sisi kanan atas.
7. Kenakan bros di sisi kiri.

① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦

34 www.nurani.cc

ket : Rubrik Jilbab edisi 732 halaman 34 memberikan gambaran cara mengkreasi jilbab model segitiga dan pashmina. Model jilbab segitiga mengangkat tema *Flowery Purple* dan model jilbab pashmina mengangkat tema aksen pilin.



Gambar 2

Rubrik Jilbab Edisi 732 halaman 35

**Jilbab**  
Edisi 732 • Minggu 14 Februari 2015 • Tahun XIV

## Feminine Tosca

Warna toska yang feminin serta cantik sangat cocok dipadukan dengan warna pastel. Untuk memberikan kesan segar dan lembut, padukan dengan warna kuning serta kreasikan jilbab dengan kesan lebih bervolume. Tambahkan aksesoris bunga sebagai pemanis.




1. Kenakan inner ninja sebagai dasar jilbab.
2. Kenakan pashmina dengan sisi kiri lebih panjang.
3. Tarik ujung jilbab dari kiri ke kanan atas.
4. Angkat bagian belakang jilbab ke depan.
5. Buat aksesoris drapery pada sisi kiri.
6. Kenakan bros di sisi kiri.

TAMPAK DEPAN

TAMPAK KIRI

TAMPAK KANAN

Wardrobe: Karita Muslim Square Model: Nabila Naskah Rossy Foto: Rossy

## Merah Glamor

Warna merah pada jilbab berbahan silk sangat kental dengan nuansa mewah. Kreasikan secara simpel untuk memberikan kesan glamor minimalis. Padukan dengan aksesoris asimetri untuk memberikan sentuhan dinamis.




1. Kenakan inner ninja sebagai dasar jilbab.
2. Lipat jilbab menjadi segitiga dan kenakan ujung belakangnya di tengah kepala.
3. Tarik sisi kiri jilbab ke kanan.
4. Tarik bagian ujung kiri ke kanan.
5. Tarik jilbab dari kanan bawah ke atas.
6. Belangkan jilbab di sisi kanan.
7. Kenakan bros di sisi kanan.

TAMPAK KIRI

TAMPAK KANAN

Wardrobe: Karita Muslim Square Model: Nabila Naskah Rossy Foto: Rossy

**Kini Tabloid NURANI**  
dapat diakses melalui **SCOOP**

DOWNLOAD

www.nurani.co.id @TabloidNurani Tabloid Nurani 324F9303 35

ket : Rubrik Jilbab edisi 732 halaman 35 menggambarkan cara mengkreasi jilbab model pashmina dengan mengangkat tema Feminine Tosca dan Merah Glamor.

Gambar 3

Rubrik Jilbab Edisi 732 halaman 36

**Jilbab**  
Edisi 732 - Minggu IV Februari 2015 - Tahun XIV

**Chic Yellow**

Perpaduan antara warna merah dan kuning pada jilbab yang dikenakan dapat memberi kesan *chic* pada penampilan Anda. Kreasikan jilbab dengan model drapery.

1. Kenakan inner ninja sebagai dasar jilbab.
2. Ambil kedua ujung sisi lebar pashmina dan ikat ke belakang leher.
3. Tarik pashmina ke sisi kiri atas.
4. Tarik kembali ujung belakang ke depan.
5. Ambil ujung jilbab di sisi kanan, lalu tarik ke sisi kiri.
6. Kenakan bros di sisi kiri.

Wardrobe: Karita Muslim Square  
Model: Nabila  
Naskah: Rosy  
Foto: Rosy

**Simpel Lurik**

Outfit dengan kesan etnik yang Anda miliki sangat tepat jika dipadukan dengan jilbab berbahan lurik. Kreasikan secara simpel, akan menghasilkan *total look* yang semakin memikat. Berikut kiat mengkreaskannya.

1. Kenakan inner ninja sebagai dasar jilbab.
2. Kenakan pashmina lurik dengan sisi kanan lebih panjang.
3. Tarik pashmina ke sisi kiri.
4. Tarik kembali pashmina ke sisi kanan.
5. Angkat pashmina ke atas dan rapikan.

Wardrobe: Biliqis Surabaya  
Model: Nabila  
Naskah: Rosy  
Foto: Rosy

36 [www.nurani.co.id](http://www.nurani.co.id) @TabloidNurani Tabloid Nurani 324F9303

ket : Rubrik Jilbab edisi 732 halaman 36 menggambarkan cara mengkreasikan jilbab model pashmina dengan tema Chic Yellow dan Simpel Lurik dipadu dengan busana senada.

Gambar 4

Rubrik Jilbab Edisi 735 halaman 34

**Jilbab**  
Edisi 735 Minggu III Maret 2015 Tahun XIV

Bergaya syar'i dapat Anda aplikasikan dengan bahan jilbab apa saja. Termasuk pashmina, selain mudah dikreasikan, juga memberikan kenyamanan saat dikenakan. Berikut cara mengkreasiannya.

### Pink Syar'i

1. Kenakan inner ninja sebagai dasar jilbab.
2. Ambil ujung pashmina, lalu letakkan secara asimetri di sisi kanan.
3. Tarik sisa pashmina ke kiri atas, lalu rapikan.
4. Letakkan sisa jilbab di sisi kanan.
5. Angkat pashmina ke sisi kiri atas menutup dada.

Wardrobe: MOZRE  
Model: Ajeng  
Naskah: Rossy  
Foto: Rossy

① ② ③ ④

⑤

Tampak depan Tampak kanan Tampak kiri

### Pashmina Aksen Manik

Kreasikan pashmina yang Anda miliki dengan kombinasi aksesoris manik yang cantik. Kreasi pashmina yang simpel ini dapat Anda gunakan dengan mudah dan praktis. Berikut cara mengkreasiannya:

1. Kenakan inner ninja sebagai dasar jilbab.
2. Kenakan pashmina dan kaitkan di belakang leher.
3. Tarik pashmina ke sisi kanan.
4. Angkat pashmina ke sisi kiri atas.
5. Buat layer dari sisa pashmina di sisi kanan.
6. Kenakan aksesoris di sisi kanan.

① ② ③ ④ ⑤ ⑥

Tampak depan Tampak kanan Tampak kiri

Wardrobe: MOZRE  
Model: Ajeng  
Naskah: Rossy  
Foto: Rossy

34 www.nurani.co.id @TabloidNurani Tabloid Nurani 324F9303

ket : Rubrik Jilbab edisi 735 halaman 34 menggambarkan cara mengkreasi jilbab syar'i dengan mengangkat tema Pink Syar'i dan Pashmina Aksen Manik

Gambar 5

Rubrik Jilbab Edisi 735 halaman 35

**Jilbab**  
Edisi 735 Minggu III Maret 2015 Tahun XIV

## Cantik dengan Renda

Bagi Anda pemilik bentuk wajah hati, model jilbab berikut ini patut Anda coba. Aplikasikan garis asimetri dengan tambahan detail berupa layer pada jilbab. Model jilbab ini membuat bentuk wajah Anda terlihat lebih tirus. Berikut kiat mengkreasi-nya.

Wardrobe: MOZRE  
Model: Ajeng  
Naskah: Rossy  
Foto: Rossy

Aksen renda pada jilbab yang Anda miliki membuat Anda tampil lebih cantik dan feminin. Kreasi berikut ini bisa menjadi inspirasi bagi Anda. Model jilbab berikut ini dapat Anda kenakan untuk momen santai.

1. Kenakan inner ninja sebagai dasar jilbab. Kenakan jilbab, lalu kaitkan di bawah dagu.
2. Tarik jilbab ke sisi kanan atas, lalu rapikan.
3. Angkat bagian renda ke bagian depan.
4. Kenakan bros sebagai aksesor.

TAMPAK DEPAN  
TAMPAK KANAN  
TAMPAK KIRI

## Beauty with Layer

Wardrobe: MOZRE  
Model: Ajeng  
Naskah: Rossy  
Foto: Rossy

1. Kenakan inner ninja. Kemudian kenakan pashmina secara asimetri.
2. Silangkan pashmina di bawah tengkuk, lalu tarik kedua sisinya ke depan.
3. Ambil sisi kanan pashmina, lalu tarik ke atas.
4. Kemudian ambil sisi kiri, selanjutnya bawa ke sisi kanan menutup dada.
5. Kenakan bros di sisi kanan.

TAMPAK DEPAN  
TAMPAK KANAN  
TAMPAK KIRI

**Kini Tabloid NURANI**  
dapat diakses melalui **SCOOP**

www.nurani.co.id @TabloidNurani Tabloid Nurani 024F9303

ket : Rubrik Jilbab edisi 735 halaman 35 menggambarkan cara mengkreasi jilbab dengan memadukan aksen renda dan layer yang dapat digunakan untuk momen santai.

Gambar 6

Rubrik Jilbab Edisi 735 halaman 36

**Jilbab**  
Edisi 735 Minggu III Maret 2015 Tahun XIV

### 3 Step Tampil Anggun

Kesan anggun dapat Anda miliki ketika Anda mengenakan jilbab syar'i. Detail yang ada pada bahan jilbab membuat Anda mudah untuk mengkreasiannya. Cukup dengan tiga tahap, gaya jilbab yang cantik dan anggun sudah bisa Anda miliki.

1. Kenakan bandana, lalu kenakan jilbab di atasnya. Kemudian kaitkan kedua sisi jilbab ke dagu dengan bantuan jarum atau peniti kecil.
2. Ambil ujung sisi kanan jilbab, lalu tarik ke arah kiri melalui bawah dagu. Kemudian sematkan ujungnya di atas dengan jarum.
3. Ambil salah satu ujung jilbab bagian kanan ke arah bahu, lalu sematkan bros.

Wardrobe: MOZRE Model: Ajeng  
Naskah: Rosy Foto: Rosy

### Feminine Hoodie

Kreasi jilbab hoodie masih banyak diminati karena mudah dikreasikan. Tak hanya itu, model jilbab satu ini juga mampu memberikan kesan feminin. Berikut kiat agar Anda bisa tampil beda dengan model jilbab hoodie.

1. Kenakan jilbab dan rapi-kan.
2. Angkat bagian belakang jilbab ke depan.
3. Ambil sisi kanan, tarik ke atas, lalu sematkan jarum untuk memberikan kesan drapery.
4. Kenakan bros di sisi kanan.

Wardrobe: MOZRE Model: Ajeng  
Naskah: Rosy Foto: Rosy

36 www.nurani.co.id @TabloidNurani Tabloid Nurani 324F9303

ket : Rubrik Jilbab edisi 735 halaman 36 menggambarkan cara mengkreasi jilbab dengan tema syar'i yaitu berjudul 3 Step Tampil Anggun dan Feminin Hoodie.



Gambar 7

## Rubrik Jilbab Edisi 755 halaman 34

**Jilbab**

Jilbab dengan detail mutiara yang cantik sangat cocok dipadu dengan busana elegan yang Anda kenakan. Detail mutiara ini membuat jilbab yang Anda kenakan terkesan glamor dan tak perlu ditambah aksesoris lain.

## Simpel Detail Mutiara.

1. Kenakan inner ninja sebagai dasar jilbab.
2. Kenakan jilbab dengan detail mutiara di sisi kiri.
3. Tarik semua sisinya ke belakang dan kalikan dengan peniti.
4. Tarik semua sisi jilbab ke kanan depan.
5. Ambil ujung jilbab ke kanan atas dan rapikan.

Wardrobe: Mumtazah Moslem Shop  
Stylist Hijab: Salim & Spa Areej  
Model: Sarah  
Naskah: 04/ Rossy  
Foto: Rossy

1 2 3  
4 5  
Tampak Depan Tampak Kanan Tampak Kiri

**peepep's**  
BAWALAH SELALU KANTONG PEEPIPS SELAMA DI AROFAH

**PEEPIPS**  
Kantong Urine Pria/Wanita. Urine menjadi gel kristal dan tidak berbau. Membantu Jamaah Haji dan Umroh agar lebih khushuk Beribadah.

UNTUK PEMESANAN KANTONG KENCING PEEPIPS DISA-HUBUNGI:

Head Office:  
A. Yani Residence Kiv. 5 Surabaya - Jawa Timur  
Telp : 031-8295803/ Fax: 031-8285986  
Hp : 081357833999, 081330943274, 081895333753, 081230083383, 08133557299  
Website: www.pusatriyal.com  
Email : pusatriyal@yahoo.com

Cabang Jakarta  
Cibiran Cibubur, Jl. Alternatif Cibubur Cikumpo, Kawasan Musadua Blok B7 No.3 Jatikarya, Jatinangor-Jakarta Timur  
Telp: 08112632190, 08158753778 Email: pusatrijakartayahoo.com

Cabang Padang  
PT. ASBIHU TOUR & TRAVEL Jl. Prof Hamka No. 346-A Serpang (samping pintu gerbang luar) Asrama Haji Tabing Padang  
Hp: 081363154008 Email: wudhahmadayekind@yahoo.com

Cabang Mataram  
Jl. Ade Irma Suryani (Komplek Perum Gunung) Karang Tasikwang-Cartanegara - Kota Mataram, Nusa Tenggara Barat  
Telp: 08175771404, 085329190555 Email: imamzarkasishireckelmail.com

Cabang Jawa Barat  
H. ASAP SYALUDIN, Parakan Masy Alam Melati No. 29, Hp: 082118067774 Bandung - Jawa Barat  
Puri Auri Pratama 2N Dentan Solo 57194-Jawa Tengah Telp: 0816524540, 08112956169 Fax: 0217650054 Email: pusatriyatsolonyahoo.com  
Cabang Solo

www.nurani.co.id @TabloidNurani Tabloid Nurani 324F9303

ket : Rubrik Jilbab edisi 755 halaman 34 menggambarkan cara mengkreasikan jilbab dengan detail mutiara yang dipadu dengan busana elegan.

Gambar 8

Rubrik Jilbab Edisi 755 halaman 35

**Fresh with Green**

Warna-warna hijau memang selalu memiliki kesan segar pada busana atau jilbab yang Anda kenakan. Perpaduan warna hijau muda dan putih ini semakin mempercantik penampilan Anda.

1. Kenakan inner ninja sebagai dasar jilbab.
2. Ambil kedua ujung jilbab, lalu ikat di sisi kanan belakang.
3. Tarik jilbab ke sisi kanan.
4. Angkat ujung jilbab ke atas.
5. Ambil ujung jilbab di sisi kanan atas.
6. Tarik ujungnya ke belakang.
7. Kenakan aksesoris kalung di sisi kanan.

TAMPAK DEPAN TAMPAK KANAN TAMPAK KIRI

Wardrobe: Mumtazah Moslem Shop Stylist Hijab: Salon&Spa Areej Model: Sarah Naskah: 04/Rossey Foto: Rossey

**3 Step Jilbab Aksen Draperi**

Wardrobe: Mumtazah Moslem Shop Stylist Hijab: Salon&Spa Areej Model: Sarah Naskah: 04/Rossey Foto: Rossey

Jika Anda ingin tampil simpel tanpa memakan banyak waktu untuk acara pesta, Anda bisa memilih kreasi jilbab berikut ini. Hanya dengan tiga langkah mudah saja, Anda dapat tampil anggun.

1. Kenakan inner ninja sebagai dasar jilbab. Kemudian kenakan pashmina dengan sisi kanan lebih panjang.
2. Tarik sisi kanan ke kiri atas. Sisakan sedikit layer untuk membuat detail draperi.
3. Tarik jilbab ke kanan bekanag dan rapikan.

TAMPAK DEPAN TAMPAK KANAN TAMPAK KIRI

www.nurani.co.id @TabloidNurani Tabloid Nurani 324F9303

ket : Rubrik Jilbab edisi 755 halaman 35 menggambarkan cara mengkreasi jilbab dengan tema Fresh with green dan 3 Step Jilbab dengan memadukan aksen Draperi untuk digunakan di acara pesta.

Gambar 9

Rubrik Jilbab Edisi 755 halaman 36

36 Edisi 755 Minggu 14 Desember 2015 Tabloid Nuran

## Elegant Grey

Warna abu-abu dapat memberi kesan elegan yang *soft* pada busana dan jilbab yang Anda kenakan. Kreasi jilbab syar'i ini sangat cocok dipadu dengan aksesoris berdetail *crystal swarovski*. Sehingga meskipun Anda mengenakan jilbab syar'i, kesan *fashionable* akan melekat pada diri Anda.

1. Kenakan inner ninja sebagai dasar jilbab. Kemudian kenakan pashmina dengan sisi sama panjang.
2. Tarik sisi kanan ke kiri depan.
3. Tarik jilbab dari kiri ke kanan atas.
4. Tarik sisi jilbab dari kiri ke kanan menutup dada.
5. Kenakan aksesoris swarovski di sisi kiri.

Wardrobe: Mumtazah Moslem Shop  
Stylist Hijab: Salon & Spa Areej  
Model: Sarah Naskah: Rosy Foto: Rosy

1. Kenakan inner ninja sebagai dasar jilbab. Kemudian kenakan pashmina dengan sisi sama panjang.

2. Tarik sisi kanan ke kiri depan.

3. Tarik jilbab dari kiri ke kanan atas.

4. Tarik sisi jilbab dari kiri ke kanan menutup dada.

5. Kenakan aksesoris swarovski di sisi kiri.

Tampak Depan Tampak Kanan Tampak Kiri

## Turban Bermotif

Kreasi jilbab turban ini memang sangat simpel dan mudah dikenakan. Anda dapat mengenakannya dengan mudah dan tak butuh banyak waktu. Pilih bahan motif untuk turban agar *outfit* polos yang Anda kenakan berkesan segar.

1. Kenakan inner ninja sebagai dasar jilbab.
2. Lipat jilbab menjadi segitiga, kenakan bagian belakang di depan.
3. Ikat jilbab di atas kepala dan sisakan bagian depannya.
4. Buat lingkaran dengan melilitkan jilbab.
5. Kenakan aksesoris kalung di sisi kanan.

Wardrobe: Mumtazah Moslem Shop Stylist Hijab: Salon & Spa Areej  
Model: Sarah Naskah: Rosy Foto: Rosy

1. Kenakan inner ninja sebagai dasar jilbab.

2. Lipat jilbab menjadi segitiga, kenakan bagian belakang di depan.

3. Ikat jilbab di atas kepala dan sisakan bagian depannya.

4. Buat lingkaran dengan melilitkan jilbab.

5. Kenakan aksesoris kalung di sisi kanan.

Tampak Depan Tampak Kanan Tampak Kiri

www.nurani.co.id @TabloidNurani TabloidNurani 324F9303

ket : Rubik Jilbab edisi 755 halaman 36 mengmbarkan cara mengkreasikan jilbab dengan tema Elegant Grey dan model jilbab Turban yang disesuaikan dengan busana.



Gambar 10

Rubrik Jilbab Edisi 765 halaman 34



ket : Rubrik Jilbab edisi 765 halaman 34 menggambarkan cara mengkreasi jilbab pashmina yang simple dan casual untuk wanita yang tidak suka ribet.

Gambar 11

Rubrik Jilbab Edisi 765 halaman 35



ket : Rubrik Jilbab edisi 765 halaman 35 menggambarkan cara menggunakan jilbab pashmina dengan nuansa feminine dan hoodie style.

Gambar 12

Rubrik Jilbab Edisi 765 halaman 36

Kesan *sporty* kini menjadi *style* yang sedang *hit*. Banyak dari muslimah yang memadukan tunik yang dimiliki dengan kreasi pashmina yang simpel dan unik. Berikut salah satu kiat mengkreasikannya.

1. Kenakan dasar jilbab. Kemudian kenakan pashmina, posisikan sama sisi. Kaitkan sisinya di dagu.
2. Ikat pashmina di sisi depan dan rapikan. Tarik sisi kiri pashmina ke kiri belakang.
3. Tarik sisi pashmina sebelah kanan ke atas, rapikan.

Wardrobe: Azkiya Moslem Mode  
Model: Tiffani  
MODIS Modeling School  
Naskah & Foto: Rossy

**1**

**2**

**3**

**Sporty Look**

Tampak Depan

Tampak Kanan

Tampak Kiri

**NURANI** present

**festival HIJAB**  
2015 PEMILIHAN  
PUTRI JILBAB INDONESIA

21 – 22 November 2015 || Atrium City of Tomorrow Surabaya

Dimeriahkan

- FASHION SHOW
- HIJAB TUTORIAL
- BEAUTY DEMO
- BAZAR BUSANA & SARUNG

Berhadiah:

- UMRAH
- Uang Tunai
- Handphone
- Paket Kosmetik
- Voucher Belanja
- Bingkisan Cantik

Supported by

Wardrobe: Silla Moda Boutique

Info: TABLOID NURANI  
031.8291078, 08155028276, 08563023493, 082139000108

www.nurani.co.id

@TabloidNurani | Tabloid Nurani

FORMULIR PESERTA PUTRI JILBAB

**festival HIJAB**  
2015 PEMILIHAN  
PUTRI JILBAB INDONESIA

Nama : .....

Usia/TTL : .....

Alamat : .....

No Telp. : .....

Sekolah : .....

Prestasi : .....

Persyaratan Putri Jilbab:

- \* Muslimah (Belum Menikah)
- \* Usia 14 - 26th
- \* Biaya Pendaftaran 250rb
- \* Dresscode: Gaun Muslim BIRU Glamor
- \* Mengikuti Pemotretan & Workshop

**PENDAFTARAN DITUTUP  
10 NOVEMBER 2015**

www.nurani.co.id | @TabloidNurani | Tabloid Nurani | 324F9303

ket : Rubrik Jilbab edisi 765 halaman 36 menggambarkan cara berjilbab dengan tema Sporty Look yang cocok untuk wanita yang ingin tampil simple dan unik.

## **B. Pembaca Tabloid Nurani di Wilayah Semarang Barat**

### **1. Gambaran Wilayah Semarang Barat**

Dalam penelitian ini, yang dimaksud wilayah Semarang Barat adalah wilayah jangkauan pasar dari agen Tabloid Nurani wilayah Semarang Barat. Wilayah jangkauan agen Tabloid Nurani wilayah Semarang Barat adalah Krapyak, Ngaliyan, Tugu, Pasadena, Manyaran, Pamularsi, dan kawasan Graha Padma. Oplah Tabloid Nurani di wilayah Semarang Barat sebanyak 115 eksemplar setiap minggu (wawancara dengan Agen Tabloid Nurani Semarang Barat, Yasin, Oktober : 2015).

### **2. Gambaran Umum Pembaca Tabloid Nurani**

#### **2.1 Profil Pembaca Tabloid Nurani**

##### **a. Berdasarkan Jenis Kelamin (Gender)**

Laki-laki/Male : 20%

Perempuan/Female : 80%

##### **b. Berdasarkan umur (Age)**

10 – 19 tahun : 10%

20 – 29 tahun : 35%

30 – 39 tahun : 24%

40 – 49 tahun : 22%

50 tahun ke atas : 4%

##### **c. Berdasarkan pekerjaan (Occupation)**

Pelajar : 18%

Kalangan Profesional : 22%

Wirausaha	: 25%
Ibu Rumah Tangga	: 30%
Lain-lain	: 5%

d. Jumlah pembaca di daerah berdasarkan oplah penjualan

Jawa Timur	: 7400 eksemplar
Jawa Tengah	: 8000 eksemplar
Jawa Barat	: 500 eksemplar
Jakarta	: 400 eksemplar
Yogyakarta	: 3600 eksemplar
Sumatera	: 300 eksemplar
Kalimantan	: 250 eksemplar
Sulawesi	: 200 eksemplar
Bali	: 260 eksemplar
Nusa Tenggara Barat	: 240 eksemplar
Lain-lain	: 150 eksemplar

Jumlah total oplah tabloid Nurani adalah 21.500 eksemplar (*Data diperoleh dari Pimpinan Redaksi Tabloid Nurani tanggal 15 Oktober 2015*)

## 2.2 Pembaca Tabloid Nurani di Wilayah Semarang Barat

Dalam penelitian ini yang dimaksud informan adalah para pembaca yang berlangganan tabloid Nurani yang berada di daerah agen Tabloid Nurani wilayah Semarang Barat. Informan adalah orang yang

dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian (Moleong, 2002 : 90).

Informan dalam penelitian ini untuk mendapatkan data yang berhubungan dengan penelitian. Informan inti atau subyek penelitian dalam penelitian ini adalah pembaca Tabloid Nurani di wilayah Semarang Barat dengan kriteria tertentu yang bisa dianggap mewakili pembaca lainnya (Rahmat, 1985 : 81). Kriteria yang dimaksud adalah :

- a) Wanita Muslimah.
- b) Bertempat tinggal di jangkauan pasar Tabloid Nurani di wilayah Semarang Barat.
- c) Berlangganan Tabloid Nurani dari Agen Nurani di wilayah Semarang Barat.
- d) Rubrik Jilbab menjadi pilihan referensi.

Dalam penelitian kualitatif, informan sebagai sumber data jumlahnya kecil, diambil secara *purposive* (dengan maksud tertentu). *Purposive* adalah teknik sampling yang dilakukan karena pertimbangan tertentu (Idrus, 2009 : 23). Dari hasil pra riset, di wilayah Semarang Barat terdapat 25 orang yang berlangganan Tabloid Nurani. Dari 25 yang berlangganan, yang sesuai dengan kriteria informan yang peneliti butuhkan diperoleh 10 informan. Berikut adalah data 25 yang berlangganan Tabloid Nurani :

**Tabel 1.** Data Pelanggan Tabloid Nurani

No.	Nama	Alamat	Ket.
1.	Toni	Persada cell / Depan Perum BPI	Membeli untuk dijual kembali

2.	Salman	Depan SMP 16 Ngaliyan	Membeli untuk dijual kembali
3.	Meiwan	Ngaliyan	Membeli untuk dijual kembali
4.	Ibu Sunartoyo	Perum BPI D2	Tidak menjadikan rubrik Jilbab sebagai pilihan bacaan
5.	Ibu Maryanto	Karonsih Utara	Tidak menjadikan rubrik Jilbab sebagai pilihan bacaan
6.	Rahma Kholida	Perum BPI S28	Rubrik Jilbab sebagai salah satu pilihan bacaan
7.	Ari Kurniawati	Ngaliyan	Rubrik Jilbab sebagai satu satu pilihan bacaan
8.	Surati	Tugu	Rubrik Jilbab sebagai salah satu pilihan bacaan
9.	Suhartini	Tugu	Rubrik Jilbab sebagai salah satu pilihan
10.	Diah	Klampisan Rt05 / Rw02	Tidak menjadikan rubrik Jilbab sebagai pilihan bacaan
11.	Dwi Nugraheni	Jl. Candi Prambanan No. 123 – Pasadena	Tidak menjadikan rubrik Jilbab sebagai pilihan bacaan
12.	Saptaning Tyas	Candi Prambanan Tengah – Pasadena	Tidak menjadikan rubrik Jilbab sebagai pilihan bacaan
13.	Rina Puji R.	Rumah Jilbab Salmaa – Manyaran	Tabloid Nurani dijadikan bahan bacaan pelanggan
14.	A. Arsiani Putri	Pasadena	Rubrik Jilbab sebagai salah satu pilihan
15.	Eka Wulan	Manyaran	Rubrik Jilbab sebagai salah satu pilihan
16.	Widya Nur Aini	Cluster Taman Adenia Blok. B – Graha Padma	Tidak menjadikan rubrik Jilbab sebagai pilihan bacaan
17.	Ismi Ekasari	Cluster Taman Avonia – Graha Padma	Tidak menjadikan rubrik Jilbab sebagai pilihan bacaan
18.	Parti	Pamularsih	Rubrik Jilbab sebagai salah satu pilihan

19.	Ria	Pamularsih	Membeli untuk dijual kembali
20.	Listiyani	Dr. Suratmo – Pamularsih	Membeli sebagai bahan bacaan untuk pelanggan tokonya
21.	N. Erni Wulandari	Jl. Subali – Krapyak	Rubrik Jilbab sebagai salah satu pilihan
22.	Jazillatul Rohmah	Jl. Srikaton Timur – Krapyak	Rubrik Jilbab sebagai salah satu pilihan
23.	Ayu M.	Jl. Srikaton Tengah – Krapyak	Rubrik Jilbab sebagai salah satu pilihan
24.	Linda	Jl. Sriyatno – Krapyak	Membeli untuk menjadi bahan bacaan pelanggan salon
25.	A. Zaenuri	Depan Pengadilan – Krapyak	Membeli untuk dijual kembali

Sumber data dalam penelitian kualitatif adalah orang-orang yang dianggap tahu dengan fenomena yang yang diteliti dan dipilih berdasarkan kriteria yang disepakati peneliti. Dengan asumsi bahwa para subjek adalah informan yang terkait dengan tema penelitian (Idrus, 2009: 25). Berdasarkan data di atas, maka yang sesuai dengan kriteria peneliti untuk dijadikan sebagai informan adalah sebanyak 10 informan. Berikut adalah data dari 10 informan tersebut :

**Tabel 2.** Data pelanggan Tabloid Nurani yang menjadi informan penelitian

Nama	Umur	Pekerjaan	Alamat
Surati	26 tahun	Karyawan Swasta	Tugu
Erni Wulandari	21 tahun	Mahasiswa	Krapyak
Jazillatul Rohmah	23 tahun	Mahasiswa	Krapyak
Ayu Mustika Sari	25 tahun	Karyawan Swasta	Krapyak
Rahma Kholida	36 tahun	Wiraswasta	Ngaliyan
Suhartini	34 tahun	Ibu Rumah Tangga	Tugu
Parti	40 tahun	Ibu Rumah Tangga	Pamularsih
Ari Kurniawati	30 tahun	Wiraswasta	Ngaliyan
A. Arsiani Putri	28 tahun	Karyawan Swasta	Pasadena
Eka Wulan P.	26 tahun	Karyawan Swasta	Manyaran

sumber wawancara dengan informan



Kategori pembaca yang berlangganan Tabloid Nurani dari segi pekerjaan :

Karyawan Swasta = 6, Ibu Rumah Tangga = 2, Mahasiswa = 2

Setelah mengetahui data di atas, maka untuk lebih mengenal pembaca di bawah ini akan penulis jelaskan karakter pembaca berdasarkan tingkat usia dan pendidikan. Karakter pembaca berdasarkan usia dan pendidikan akan membantu penulis dalam mengenal informan penelitian ini.

### 2.3 Informan Pembaca Tabloid Nurani berdasarkan usia

**Tabel 3.** Karakteristik pembaca berdasarkan tingkat usia

Umur	Frekuensi (F)	Prosentase (%)
20 – 29 tahun	6	60%
30 – 39 tahun	3	30%
40 – 49 tahun	1	10%
<b>Jumlah ( <math>\Sigma</math> )</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

sumber wawancara dengan informan

Tabel di atas menerangkan komposisi jumlah pembaca berdasarkan tingkat usia. Hasil pengumpulan data menyatakan jumlah pembaca yang kisaran usianya antara 20 - 29 tahun berjumlah 6 orang (60%), 30 – 39 tahun berjumlah 3 orang (30%), dan 40 – 49 tahun berjumlah 1 orang (10%) dari total 10 pembaca.

### 2.4 Informan pembaca tabloid Nurani berdasarkan Pendidikan

**Tabel 4.** Karakteristik pembaca berdasarkan pendidikan

Pendidikan	Frekuensi (F)	Prosentase
SMP	2	20%
SMA	4	40%
Perguruan Tinggi	4	40%
<b>Jumlah ( <math>\Sigma</math> )</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

sumber wawancara dengan informan

Tabel di atas menerangkan komposisi jumlah pembaca berdasarkan tingkat pendidikan. Hasil pengumpulan data menyatakan jumlah pembaca yang tamatan SMP berjumlah 2 orang (20%), tamatan SMA berjumlah 4 orang (40%), dan tamatan Perguruan Tinggi 4 orang (40%) dari total 10 pembaca.

### C. Pengaruh Rubrik Jilbab Tabloid Nurani

Penyusunan pertanyaan angket terbuka berdasarkan pada pendekatan *uses and gratification*. Pendekatan *Uses and gratification* memiliki gagasan bahwa penggunaan media bergantung pada kepuasan, kebutuhan, keinginan, atau motif yang dirasakan oleh khalayak. Kebutuhan khalayak misalnya untuk informasi, relaksasi, pertemanan, pengalihan, atau mengisi waktu luang. Model ini menggambarkan bahwa pengharapan (kepuasan yang dicari) mengakibatkan adanya kepuasan (kepuasan yang didapatkan) dari perilaku penggunaan media. Sehingga ketika Gratification Obtained (GO) atau kepuasan yang didapatkan lebih tinggi daripada Gratification Sought (GS) atau kepuasan yang dicari, maka muncullah kepuasan pada diri khalayak (Mcquail, 2013: 176). Berikut adalah data jawaban pertanyaan angket terbuka :

#### a. Hasil Angket Informan Surati

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Berapa lama Anda berlangganan Tabloid Nurani?	Lebih dari 9 bulan
2.	Darimana Anda mendapatkan informasi tentang keberadaan Tabloi Nurani?	Informasi dari teman
3.	Mengapa Anda memilih berlangganan Tabloid Nurani?	Karena teman atau keluarga saya juga membaca Tabloid

		Nurani
4.	Mengapa Anda memilih Rubrik Jilbab Tabloid Nurani sebagai bahan referensi Anda?	Karena memberikan panduan dan saran tentang gaya berjilbab.
5.	Bagaimana pendapat Anda terhadap materi yang ada pada Tabloid Nurani?	Materi Tabloid Nurani menarik karena menyajikan informasi-informasi baru.
6.	Bagaimana Anda mengimitasi gaya berjilbab Rubrik Jilbab Tabloid Nurani terhadap gaya berjilbab Anda?	Saya mengimitasi gaya berjilbab yang sesuai dengan kepribadian saya.
7.	Bagaimana pendapat orang terdekat Anda ketika Anda mengimitasi gaya berjilbab yang ada pada Rubrik Jilbab Tabloid Nurani?	Mereka terkadang bertanya bagaimana saya menggunakan gaya berjilbab saya.
8.	Bagaimana respon Anda ketika mendapat kritikan dari orang terdekat Anda mengenai gaya berjilbab yang Anda imitasi dari Rubrik Jilbab Tabloid Nurani?	Saya memperbaiki gaya berjilbab yang dikritik orang lain.
9.	Mengapa Anda tidak mengimitasi semua gaya berjilbab yang ada pada Rubrik Jilbab Tabloid Nurani?	Saya hanya mengimitasi gaya berjilbab yang saya suka.
10.	Bagaimana Anda menggunakan media massa lain untuk mencari informasi tentang Jilbab?	Saya menggunakan semua media massa untuk memenuhi kebutuhan informasi saya tentang jilbab.
11.	Bagaimana harapan Anda terhadap Rubrik Jilbab Tabloid Nurani?	Saya berharap Rubrik Jilbab Tabloid Nurani memberikan saya pendidikan cara mengenakan jilbab.
12.	Bagaimana Rubrik Jilbab Tabloid Nurani memberikan manfaat kepada Anda?	Bermanfaat sebagai pendidikan cara mengenakan jilbab.
13.	Dengan siapa Anda mendiskusikan materi Rubrik Jilbab Tabloid Nurani?	Saya berdiskusi dengan orang-orang yang berjilbab di sekitar saya.
14.	Bagaimana Rubrik Jilbab dalam memberikan pemahaman tentang gaya berjilbab terhadap diri Anda?	Saya menjadi paham bahwa meskipun saya mengkreasikan jilbab, saya tetap harus tampil rapi dan sopan.
15.	Bagaimana kesadaran Anda tentang mengenakan jilbab setelah membaca Rubrik Jilbab	Saya sadar bahwa berjilbab dapat dikreasikan sesuai dengan kepribadian muslimah masing-

	Tabloid Nurani?	masing.
16.	Bagaimana pengaruh Rubrik Jilbab Tabloid Nurani sehingga dapat meningkatkan rasa percaya diri Anda dalam mengenakan jilbab?	Saya menjadi lebih percaya diri karena saya tampil trendy dan modis.
17.	Bagaimana Rubrik Jilbab Tabloid Nurani mempengaruhi gaya berjilbab Anda?	Saya menerapkan gaya berjilbab yang ada pada Rubrik Jilbab jika sesuai dengan kepribadian saya.

b. Hasil Angket Informan Nur Erni W.

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Berapa lama Anda berlangganan Tabloid Nurani?	Lebih dari 3 bulan.
2.	Darimana Anda mendapatkan informasi tentang keberadaan Tabloir Nurani?	Informasi dari penjual tabloid.
3.	Mengapa Anda memilih berlangganan Tabloid Nurani?	Karena mengandung informasi baru yang saya butuhkan.
4.	Mengapa Anda memilih Rubrik Jilbab Tabloid Nurani sebagai bahan referensi Anda?	Karena memberikan panduan dan saran tentang gaya berjilbab.
5.	Bagaimana pendapat Anda terhadap materi yang ada pada Tabloid Nurani?	Materi Tabloid Nurani menarik karena menyajikan informasi-informasi baru.
6.	Bagaimana Anda mengimitasi gaya berjilbab Rubrik Jilbab Tabloid Nurani terhadap gaya berjilbab Anda?	Saya mengimitasi gaya berjilbab hanya untuk keperluan tertentu.
7.	Bagaimana pendapat orang terdekat Anda ketika Anda mengimitasi gaya berjilbab yang ada pada Rubrik Jilbab Tabloid Nurani?	Mereka terkadang memberikan kritik jika gaya berjilbab tidak pantas untuk saya.
8.	Bagaimana respon Anda ketika mendapat kritikan dari orang terdekat Anda mengenai gaya berjilbab yang Anda imitasi dari Rubrik Jilbab Tabloid Nurani?	Saya memperbaiki gaya berjilbab yang dikritik orang lain.
9.	Mengapa Anda tidak mengimitasi semua gaya berjilbab yang ada pada Rubrik Jilbab Tabloid Nurani?	Saya hanya mengimitasi gaya berjilbab yang cocok dengan bentuk wajah saya.

10.	Bagaimana Anda menggunakan media massa lain untuk mencari informasi tentang Jilbab?	Saya menggunakan media internet untuk mengakses informasi yang lebih cepat dan dapat dilakukan kapan saja.
11.	Bagaimana harapan Anda terhadap Rubrik Jilbab Tabloid Nurani?	Saya berharap Rubrik Jilbab Tabloid Nurani memberikan informasi tentang jilbab.
12.	Bagaimana Rubrik Jilbab Tabloid Nurani memberikan manfaat kepada Anda?	Bermanfaat sebagai sumber pemenuhan informasi tentang jilbab.
13.	Dengan siapa Anda mendiskusikan materi Rubrik Jilbab Tabloid Nurani?	Saya berdiskusi dengan orang-orang yang berjilbab di sekitar saya.
14.	Bagaimana Rubrik Jilbab dalam memberikan pemahaman tentang gaya berjilbab terhadap diri Anda?	Saya menjadi paham bahwa dengan berjilbab saya tetap bisa tampil fashionable atau modis.
15.	Bagaimana kesadaran Anda tentang mengenakan jilbab setelah membaca Rubrik Jilbab Tabloid Nurani?	Saya sadar bahwa berjilbab dapat dikreasikan sesuai dengan kepribadian muslimah masing-masing.
16.	Bagaimana pengaruh Rubrik Jilbab Tabloid Nurani sehingga dapat meningkatkan rasa percaya diri Anda dalam mengenakan jilbab?	Saya menjadi lebih percaya diri karena saya tampil trendy dan modis.
17.	Bagaimana Rubrik Jilbab Tabloid Nurani mempengaruhi gaya berjilbab Anda?	Saya menerapkan gaya berjilbab yang ada pada Rubrik Jilbab untuk acara-acara tertentu saja.

c. Hasil Agket Informan Jazillatul Rohmah

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Berapa lama Anda berlangganan Tabloid Nurani?	Lebih dari 3 bulan.
2.	Darimana Anda mendapatkan informasi tentang keberadaan Tabloir Nurani?	Informasi dari penjual Tabloid.
3.	Mengapa Anda memilih berlangganan Tabloid Nurani?	Karena Tabloid Nurani mengandung materi yang sepaham dengan saya.
4.	Mengapa Anda memilih Rubrik Jilbab Tabloid Nurani sebagai bahan referensi Anda?	Karena sebagai relaksasi atau mengisi waktu luang.
5.	Bagaimana pendapat Anda	Materi Tabloid Nurani menarik

	terhadap materi yang ada pada Tabloid Nurani?	karena menyajikan informasi-informasi baru.
6.	Bagaimana Anda mengimitasi gaya berjilbab Rubrik Jilbab Tabloid Nurani terhadap gaya berjilbab Anda?	Saya mengimitasi gaya berjilbab yang menurut saya baik untuk di imitasi.
7.	Bagaimana pendapat orang terdekat Anda ketika Anda mengimitasi gaya berjilbab yang ada pada Rubrik Jilbab Tabloid Nurani?	Mereka terkadang memberikan kritik jika gaya berjilbab tidak pantas untuk saya.
8.	Bagaimana respon Anda ketika mendapat kritikan dari orang terdekat Anda mengenai gaya berjilbab yang Anda imitasi dari Rubrik Jilbab Tabloid Nurani?	Saya tidak mengimitasi gaya berjilbab yang dikritik orang lain.
9.	Mengapa Anda tidak mengimitasi semua gaya berjilbab yang ada pada Rubrik Jilbab Tabloid Nurani?	Saya merasa ada beberapa gaya berjilbab yang berlebihan atau lebay menurut diri saya.
10.	Bagaimana Anda menggunakan media massa lain untuk mencari informasi tentang Jilbab?	Saya menggunakan semua media massa untuk memenuhi kebutuhan informasi saya tentang jilbab.
11.	Bagaimana harapan Anda terhadap Rubrik Jilbab Tabloid Nurani?	Saya berharap Rubrik Jilbab Tabloid Nurani memberikan informasi tentang jilbab.
12.	Bagaimana Rubrik Jilbab Tabloid Nurani memberikan manfaat kepada Anda?	Bermanfaat untuk mengisi waktu luang saya.
13.	Dengan siapa Anda mendiskusikan materi Rubrik Jilbab Tabloid Nurani?	Saya berdiskusi dengan orang-orang yang berjilbab di sekitar saya.
14.	Bagaimana Rubrik Jilbab dalam memberikan pemahaman tentang gaya berjilbab terhadap diri Anda?	Saya menjadi paham bahwa meskipun saya mengkreasikan jilbab, saya tetap harus tampil rapi dan sopan.
15.	Bagaimana kesadaran Anda tentang mengenakan jilbab setelah membaca Rubrik Jilbab Tabloid Nurani?	Saya sadar bahwa mengkreasikan jilbab sesuai dengan kepribadian muslimah dapat meningkatkan rasa percaya diri.
16.	Bagaimana pengaruh Rubrik Jilbab Tabloid Nurani sehingga dapat meningkatkan rasa percaya diri Anda dalam	Saya menjadi lebih percaya diri karena saya tampil trendy dan modis.

	mengenakan jilbab?	
17.	Bagaimana Rubrik Jilbab Tabloid Nurani mempengaruhi gaya berjilbab Anda?	Saya menerapkan gaya berjilbab yang ada pada Rubrik Jilbab jika sesuai dengan bentuk wajah saya.

d. Hasil Jawaban Angket Informan Ayu Mustika S.

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Berapa lama Anda berlangganan Tabloid Nurani?	Lebih dari 3 bulan.
2.	Darimana Anda mendapatkan informasi tentang keberadaan Tabloi Nurani?	Informasi dari iklan Tabloid Nurani.
3.	Mengapa Anda memilih berlangganan Tabloid Nurani?	Karena Tabloid Nurani sesuai dengan kepribadian saya.
4.	Mengapa Anda memilih Rubrik Jilbab Tabloid Nurani sebagai bahan referensi Anda?	Karena memberikan panduan dan saran tentang gaya berjilbab.
5.	Bagaimana pendapat Anda terhadap materi yang ada pada Tabloid Nurani?	Materi Tabloid Nurani sesuai dengan pengetahuan yang saya miliki.
6.	Bagaimana Anda mengimitasi gaya berjilbab Rubrik Jilbab Tabloid Nurani terhadap gaya berjilbab Anda?	Saya mengimitasi gaya berjilbab yang sesuai dengan kepribadian saya.
7.	Bagaimana pendapat orang terdekat Anda ketika Anda mengimitasi gaya berjilbab yang ada pada Rubrik Jilbab Tabloid Nurani?	Mereka terkadang bertanya bagaimana saya menggunakan gaya berjilbab saya.
8.	Bagaimana respon Anda ketika mendapat kritikan dari orang terdekat Anda mengenai gaya berjilbab yang Anda imitasi dari Rubrik Jilbab Tabloid Nurani?	Saya memperbaiki gaya berjilbab yang dikritik orang lain.
9.	Mengapa Anda tidak mengimitasi semua gaya berjilbab yang ada pada Rubrik Jilbab Tabloid Nurani?	Saya merasa tidak semua gaya berjilbab tersebut sesuai dengan kepribadian saya.
10.	Bagaimana Anda menggunakan media massa lain untuk mencari informasi tentang Jilbab?	Saya menggunakan media internet untuk mengakses informasi yang lebih cepat dan dapat dilakukan kapan saja.
11.	Bagaimana harapan Anda	Saya berharap Rubrik Jilbab

	terhadap Rubrik Jilbab Tabloid Nurani?	Tabloid Nurani memberikan saya pendidikan cara mengenakan jilbab.
12.	Bagaimana Rubrik Jilbab Tabloid Nurani memberikan manfaat kepada Anda?	Bermanfaat sebagai sumber pemenuhan informasi tentang jilbab.
13.	Dengan siapa Anda mendiskusikan materi Rubrik Jilbab Tabloid Nurani?	Saya berdiskusi dengan orang-orang yang berjilbab di sekitar saya
14.	Bagaimana Rubrik Jilbab dalam memberikan pemahaman tentang gaya berjilbab terhadap diri Anda?	Saya menjadi paham bahwa dengan berjilbab saya tetap bisa tampil fashionable atau modis.
15.	Bagaimana kesadaran Anda tentang mengenakan jilbab setelah membaca Rubrik Jilbab Tabloid Nurani?	Saya sadar bahwa berjilbab dapat dikreasikan sesuai dengan kepribadian muslimah masing-masing.
16.	Bagaimana pengaruh Rubrik Jilbab Tabloid Nurani sehingga dapat meningkatkan rasa percaya diri Anda dalam mengenakan jilbab?	Saya menjadi lebih percaya diri karena saya tampil trendy dan modis.
17.	Bagaimana Rubrik Jilbab Tabloid Nurani mempengaruhi gaya berjilbab Anda?	Saya menerapkan gaya berjilbab yang ada pada Rubrik Jilbab jika sesuai dengan kepribadian saya.

e. Hasil Jawaban Angket Informan Rahma Kholida

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Berapa lama Anda berlangganan Tabloid Nurani?	Lebih dari 6 bulan.
2.	Darimana Anda mendapatkan informasi tentang keberadaan Tabloir Nurani?	Informasi dari keluarga.
3.	Mengapa Anda memilih berlangganan Tabloid Nurani?	Karena mengandung informasi baru yang saya butuhkan.
4.	Mengapa Anda memilih Rubrik Jilbab Tabloid Nurani sebagai bahan referensi Anda?	Karena sebagai relaksasi atau mengisi waktu luang.
5.	Bagaimana pendapat Anda terhadap materi yang ada pada Tabloid Nurani?	Materi Tabloid Nurani menarik karena menyajikan informasi-informasi baru.
6.	Bagaimana Anda mengimitasi gaya berjilbab Rubrik Jilbab	Saya mengimitasi gaya berjilbab yang sesuai dengan kepribadian



	Tabloid Nurani terhadap gaya berjilbab Anda?	saya.
7.	Bagaimana pendapat orang terdekat Anda ketika Anda mengimitasi gaya berjilbab yang ada pada Rubrik Jilbab Tabloid Nurani?	Mereka terkadang memberikan kritik jika gaya berjilbab tidak pantas untuk saya.
8.	Bagaimana respon Anda ketika mendapat kritikan dari orang terdekat Anda mengenai gaya berjilbab yang Anda imitasi dari Rubrik Jilbab Tabloid Nurani?	Saya tidak mengimitasi gaya berjilbab yang dikritik oleh orang lain.
9.	Mengapa Anda tidak mengimitasi semua gaya berjilbab yang ada pada Rubrik Jilbab Tabloid Nurani?	Saya merasa ada beberapa gaya berjilbab yang berlebihan atau <i>lebay</i> menurut diri saya.
10.	Bagaimana Anda menggunakan media massa lain untuk mencari informasi tentang Jilbab?	Saya menggunakan semua media massa untuk memenuhi kebutuhan informasi saya tentang jilbab.
11.	Bagaimana harapan Anda terhadap Rubrik Jilbab Tabloid Nurani?	Saya berharap dapat mengisi waktu luang saya.
12.	Bagaimana Rubrik Jilbab Tabloid Nurani memberikan manfaat kepada Anda?	Bermanfaat untuk mengisi waktu luang saya.
13.	Dengan siapa Anda mendiskusikan materi Rubrik Jilbab Tabloid Nurani?	Saya berdiskusi dengan keluarga saya.
14.	Bagaimana Rubrik Jilbab dalam memberikan pemahaman tentang gaya berjilbab terhadap diri Anda?	Saya menjadi paham bahwa jilbab bisa dikreasikan sesuai kepribadian saya.
15.	Bagaimana kesadaran Anda tentang mengenakan jilbab setelah membaca Rubrik Jilbab Tabloid Nurani?	Saya sadar bahwa berjilbab dapat dikreasikan sesuai dengan kepribadian muslimah masing-masing.
16.	Bagaimana pengaruh Rubrik Jilbab Tabloid Nurani sehingga dapat meningkatkan rasa percaya diri Anda dalam mengenakan jilbab?	Saya menjadi lebih percaya diri karena Rubrik Jilbab Tabloid Nurani memberikan saya beragam informasi tentang gaya berjilbab.
17.	Bagaimana Rubrik Jilbab Tabloid Nurani mempengaruhi gaya berjilbab Anda?	Saya menerapkan gaya berjilbab yang ada pada Rubrik Jilbab jika sesuai dengan kepribadian saya.

## f. Hasil Jawaban Angket Informan Suhartini

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Berapa lama Anda berlangganan Tabloid Nurani?	Lebih dari 9 bulan.
2.	Darimana Anda mendapatkan informasi tentang keberadaan Tabloir Nurani?	Informasi dari iklan Tabloid Nurani.
3.	Mengapa Anda memilih berlangganan Tabloid Nurani?	Karena Tabloid Nurani mengandung materi yang sepaham dengan saya.
4.	Mengapa Anda memilih Rubrik Jilbab Tabloid Nurani sebagai bahan referensi Anda?	Karena memberikan informasi tentang trend jilbab.
5.	Bagaimana pendapat Anda terhadap materi yang ada pada Tabloid Nurani?	Materi Tabloid Nurani menarik karena menyajikan informasi-informasi baru.
6.	Bagaimana Anda mengimitasi gaya berjilbab Rubrik Jilbab Tabloid Nurani terhadap gaya berjilbab Anda?	Saya mengimitasi gaya berjilbab hanya untuk keperluan tertentu.
7.	Bagaimana pendapat orang terdekat Anda ketika Anda mengimitasi gaya berjilbab yang ada pada Rubrik Jilbab Tabloid Nurani?	Mereka terkadang memberikan kritik jika gaya berjilbab tidak pantas untuk saya.
8.	Bagaimana respon Anda ketika mendapat kritikan dari orang terdekat Anda mengenai gaya berjilbab yang Anda imitasi dari Rubrik Jilbab Tabloid Nurani?	Saya meminta pendapat gaya berjilbab yang baik menurut orang lain.
9.	Mengapa Anda tidak mengimitasi semua gaya berjilbab yang ada pada Rubrik Jilbab Tabloid Nurani?	Saya merasa tidak semua gaya berjilbab tersebut sesuai dengan kepribadian saya.
10.	Bagaimana Anda menggunakan media massa lain untuk mencari informasi tentang Jilbab?	Saya menggunakan media televisi untuk mendapat informasi yang lebih mudah.
11.	Bagaimana harapan Anda terhadap Rubrik Jilbab Tabloid Nurani?	Saya berharap Rubrik Jilbab Tabloid Nurani memberikan informasi tentang jilbab.
12.	Bagaimana Rubrik Jilbab Tabloid Nurani memberikan manfaat kepada Anda?	Bermanfaat sebagai sumber pemenuhan informasi tentang jilbab.

13.	Dengan siapa Anda mendiskusikan materi Rubrik Jilbab Tabloid Nurani?	Saya berdiskusi dengan teman wanita saya.
14.	Bagaimana Rubrik Jilbab dalam memberikan pemahaman tentang gaya berjilbab terhadap diri Anda?	Saya menjadi paham jilbab bisa dikreasikan sesuai kepribadian.
15.	Bagaimana kesadaran Anda tentang mengenakan jilbab setelah membaca Rubrik Jilbab Tabloid Nurani?	Saya sadar bahwa berjilbab dapat dikreasikan sesuai dengan kepribadian muslimah masing-masing.
16.	Bagaimana pengaruh Rubrik Jilbab Tabloid Nurani sehingga dapat meningkatkan rasa percaya diri Anda dalam mengenakan jilbab?	Saya menjadi lebih percaya diri karena saya dapat memberikan contoh gaya berjilbab kepada orang lain.
17.	Bagaimana Rubrik Jilbab Tabloid Nurani mempengaruhi gaya berjilbab Anda?	Saya menerapkan gaya berjilbab yang ada pada Rubrik Jilbab jika sesuai dengan kepribadian saya.

g. Hasil Jawaban Angket Informan Suparti

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Berapa lama Anda berlangganan Tabloid Nurani?	Lebih dari 3 bulan.
2.	Darimana Anda mendapatkan informasi tentang keberadaan Tabloi Nurani?	Informasi dari penjual tabloid.
3.	Mengapa Anda memilih berlangganan Tabloid Nurani?	Karena mengandung informasi baru yang saya butuhkan.
4.	Mengapa Anda memilih Rubrik Jilbab Tabloid Nurani sebagai bahan referensi Anda?	Karena sebagai relaksasi atau mengisi waktu luang.
5.	Bagaimana pendapat Anda terhadap materi yang ada pada Tabloid Nurani?	Materi Tabloid Nurani menarik karena menyajikan informasi-informasi baru.
6.	Bagaimana Anda mengimitasi gaya berjilbab Rubrik Jilbab Tabloid Nurani terhadap gaya berjilbab Anda?	Saya mengimitasi gaya berjilbab hanya untuk keperluan tertentu.
7.	Bagaimana pendapat orang terdekat Anda ketika Anda mengimitasi gaya berjilbab yang ada pada Rubrik Jilbab Tabloid	Mereka terkadang memberikan kritik jika gaya berjilbab tidak pantas untuk saya.

	Nurani?	
8.	Bagaimana respon Anda ketika mendapat kritikan dari orang terdekat Anda mengenai gaya berjilbab yang Anda imitasi dari Rubrik Jilbab Tabloid Nurani?	Saya meminta pendapat gaya berjilbab yang baik menurut orang lain.
9.	Mengapa Anda tidak mengimitasi semua gaya berjilbab yang ada pada Rubrik Jilbab Tabloid Nurani?	Saya hanya mengimitasi gaya berjilbab yang saya suka.
10.	Bagaimana Anda menggunakan media massa lain untuk mencari informasi tentang Jilbab?	Saya menggunakan media televisi untuk mendapat informasi yang lebih mudah.
11.	Bagaimana harapan Anda terhadap Rubrik Jilbab Tabloid Nurani?	Saya berharap Rubrik Jilbab Tabloid Nurani memberikan saya pendidikan cara mengenakan jilbab.
12.	Bagaimana Rubrik Jilbab Tabloid Nurani memberikan manfaat kepada Anda?	Bermanfaat sebagai pendidikan cara mengenakan jilbab.
13.	Dengan siapa Anda mendiskusikan materi Rubrik Jilbab Tabloid Nurani?	Saya berdiskusi dengan orang-orang yang berjilbab di sekitar saya.
14.	Bagaimana Rubrik Jilbab dalam memberikan pemahaman tentang gaya berjilbab terhadap diri Anda?	Saya menjadi paham bahwa dengan berjilbab saya tetap bisa tampil fashionable atau modis.
15.	Bagaimana kesadaran Anda tentang mengenakan jilbab setelah membaca Rubrik Jilbab Tabloid Nurani?	Saya sadar bahwa berjilbab dapat dikreasikan sesuai dengan kepribadian muslimah masing-masing.
16.	Bagaimana pengaruh Rubrik Jilbab Tabloid Nurani sehingga dapat meningkatkan rasa percaya diri Anda dalam mengenakan jilbab?	Saya menjadi lebih percaya diri karena saya tampil trendy dan modis.
17.	Bagaimana Rubrik Jilbab Tabloid Nurani mempengaruhi gaya berjilbab Anda?	Saya menerapkan gaya berjilbab yang ada pada Rubrik Jilbab jika sesuai dengan bentuk wajah saya.

h. Hasil Jawaban Angket Informan Ari Kurniawati

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Berapa lama Anda berlangganan	Lebih dari 3 bulan.

	Tabloid Nurani?	
2.	Darimana Anda mendapatkan informasi tentang keberadaan Tabloir Nurani?	Informasi dari penjual tabloid.
3.	Mengapa Anda memilih berlangganan Tabloid Nurani?	Karena mengandung informasi baru yang saya butuhkan.
4.	Mengapa Anda memilih Rubrik Jilbab Tabloid Nurani sebagai bahan referensi Anda?	Karena memberikan panduan dan saran tentang gaya berjilbab.
5.	Bagaimana pendapat Anda terhadap materi yang ada pada Tabloid Nurani?	Materi Tabloid Nurani menarik karena menyajikan informasi-informasi baru.
6.	Bagaimana Anda mengimitasi gaya berjilbab Rubrik Jilbab Tabloid Nurani terhadap gaya berjilbab Anda?	Saya mengimitasi gaya berjilbab yang saya anggap sesuai dengan bentuk wajah saya.
7.	Bagaimana pendapat orang terdekat Anda ketika Anda mengimitasi gaya berjilbab yang ada pada Rubrik Jilbab Tabloid Nurani?	Mereka terkadang memberikan kritik jika gaya berjilbab tidak pantas untuk saya.
8.	Bagaimana respon Anda ketika mendapat kritikan dari orang terdekat Anda mengenai gaya berjilbab yang Anda imitasi dari Rubrik Jilbab Tabloid Nurani?	Saya tidak mengimitasi gaya berjilbab yang dikritik orang lain.
9.	Mengapa Anda tidak mengimitasi semua gaya berjilbab yang ada pada Rubrik Jilbab Tabloid Nurani?	Saya merasa tidak semua gaya berjilbab tersebut sesuai dengan kepribadian saya.
10.	Bagaimana Anda menggunakan media massa lain untuk mencari informasi tentang Jilbab?	Saya menggunakan semua media massa untuk memenuhi kebutuhan informasi saya tentang jilbab.
11.	Bagaimana harapan Anda terhadap Rubrik Jilbab Tabloid Nurani?	Saya berharap Rubrik Jilbab Tabloid Nurani memberikan informasi tentang jilbab.
12.	Bagaimana Rubrik Jilbab Tabloid Nurani memberikan manfaat kepada Anda?	Bermanfaat sebagai pendidikan cara mengenakan jilbab.
13.	Dengan siapa Anda mendiskusikan materi Rubrik Jilbab Tabloid Nurani?	Saya berdiskusi dengan orang-orang yang berjilbab di sekitar saya.
14.	Bagaimana Rubrik Jilbab dalam memberikan pemahaman tentang gaya berjilbab terhadap diri	Saya menjadi paham bahwa dengan berjilbab saya tetap bisa tampil fashionable atau modis.

	Anda?	
15.	Bagaimana kesadaran Anda tentang mengenakan jilbab setelah membaca Rubrik Jilbab Tabloid Nurani?	Saya sadar bahwa mengkreasikan jilbab sesuai dengan kepribadian muslimah dapat meningkatkan rasa percaya diri.
16.	Bagaimana pengaruh Rubrik Jilbab Tabloid Nurani sehingga dapat meningkatkan rasa percaya diri Anda dalam mengenakan jilbab?	Saya menjadi lebih percaya diri karena saya tampil trendy dan modis.
17.	Bagaimana Rubrik Jilbab Tabloid Nurani mempengaruhi gaya berjilbab Anda?	Saya menerapkan gaya berjilbab yang ada pada Rubrik Jilbab untuk acara-acara tertentu saja.

i. Hasil Jawaban Angket Informan Asrofah Arsiani Putri

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Berapa lama Anda berlangganan Tabloid Nurani?	Lebih dari 9 bulan.
2.	Darimana Anda mendapatkan informasi tentang keberadaan Tabloi Nurani?	Informasi dari penjual tabloid.
3.	Mengapa Anda memilih berlangganan Tabloid Nurani?	Karena teman atau keluarga saya juga membaca Tabloid Nurani.
4.	Mengapa Anda memilih Rubrik Jilbab Tabloid Nurani sebagai bahan referensi Anda?	Karena memberikan panduan dan saran tentang gaya berjilbab.
5.	Bagaimana pendapat Anda terhadap materi yang ada pada Tabloid Nurani?	Materi Tabloid Nurani sesuai dengan pengetahuan yang saya miliki.
6.	Bagaimana Anda mengimitasi gaya berjilbab Rubrik Jilbab Tabloid Nurani terhadap gaya berjilbab Anda?	Saya mengimitasi gaya berjilbab yang sesuai dengan kepribadian saya.
7.	Bagaimana pendapat orang terdekat Anda ketika Anda mengimitasi gaya berjilbab yang ada pada Rubrik Jilbab Tabloid Nurani?	Mereka terkadang memberika kritik jika saya berjilbab tidak pantas untuk saya.
8.	Bagaimana respon Anda ketika mendapat kritikan dari orang terdekat Anda mengenai gaya berjilbab yang Anda imitasi dari	Saya memperbaiki gaya berjilbab yang dikritik orang lain.

	Rubrik Jilbab Tabloid Nurani?	
9.	Mengapa Anda tidak mengimitasi semua gaya berjilbab yang ada pada Rubrik Jilbab Tabloid Nurani?	Saya merasa tidak semua gaya berjilbab tersebut sesuai dengan kepribadian saya.
10.	Bagaimana Anda menggunakan media massa lain untuk mencari informasi tentang Jilbab?	Saya menggunakan semua media massa untuk memenuhi kebutuhan informasi saya tentang jilbab.
11.	Bagaimana harapan Anda terhadap Rubrik Jilbab Tabloid Nurani?	Saya berharap Rubrik Jilbab Tabloid Nurani memberikan saya pendidikan cara mengenakan jilbab.
12.	Bagaimana Rubrik Jilbab Tabloid Nurani memberikan manfaat kepada Anda?	Bermanfaat sebagai pendidikan cara mengenakan jilbab.
13.	Dengan siapa Anda mendiskusikan materi Rubrik Jilbab Tabloid Nurani?	Saya berdiskusi dengan teman wanita saya.
14.	Bagaimana Rubrik Jilbab dalam memberikan pemahaman tentang gaya berjilbab terhadap diri Anda?	Saya menjadi paham bahwa meskipun saya mengkreasikan jilbab, saya tetap harus tampil rapi dan sopan.
15.	Bagaimana kesadaran Anda tentang mengenakan jilbab setelah membaca Rubrik Jilbab Tabloid Nurani?	Saya sadar bahwa berjilbab dapat dikreasikan sesuai dengan kepribadian muslimah masing-masing.
16.	Bagaimana pengaruh Rubrik Jilbab Tabloid Nurani sehingga dapat meningkatkan rasa percaya diri Anda dalam mengenakan jilbab?	Saya menjadi lebih percaya diri karena saya tampil trendy dan modis.
17.	Bagaimana Rubrik Jilbab Tabloid Nurani mempengaruhi gaya berjilbab Anda?	Saya menerapkan gaya berjilbab yang ada pada Rubrik Jilbab jika sesuai dengan kepribadian saya.

j. Hasil Jawaban Angket Informan Eka Wulan P.

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Berapa lama Anda berlangganan Tabloid Nurani?	Lebih dari 9 bulan.
2.	Darimana Anda mendapatkan informasi tentang keberadaan Tabloir Nurani?	Informasi dari penjual tabloid.

3.	Mengapa Anda memilih berlangganan Tabloid Nurani?	Karena Tabloid Nurani mengandung materi yang sepaham dengan saya.
4.	Mengapa Anda memilih Rubrik Jilbab Tabloid Nurani sebagai bahan referensi Anda?	Karena memberikan panduan dan saran tentang gaya berjilbab.
5.	Bagaimana pendapat Anda terhadap materi yang ada pada Tabloid Nurani?	Materi Tabloid Nurani sesuai dengan pengetahuan yang saya miliki.
6.	Bagaimana Anda mengimitasi gaya berjilbab Rubrik Jilbab Tabloid Nurani terhadap gaya berjilbab Anda?	Saya mengimitasi gaya berjilbab yang menurut saya baik untuk di imitasi.
7.	Bagaimana pendapat orang terdekat Anda ketika Anda mengimitasi gaya berjilbab yang ada pada Rubrik Jilbab Tabloid Nurani?	Mereka terkadang memberikan kritik jika gaya berjilbab tidak pantas untuk saya.
8.	Bagaimana respon Anda ketika mendapat kritikan dari orang terdekat Anda mengenai gaya berjilbab yang Anda imitasi dari Rubrik Jilbab Tabloid Nurani?	Saya tidak mengimitasi gaya berjilbab yang dikritik oleh orang lain.
9.	Mengapa Anda tidak mengimitasi semua gaya berjilbab yang ada pada Rubrik Jilbab Tabloid Nurani?	Saya merasa ada beberapa gaya berjilbab yang berlebihan atau lebay menurut diri saya.
10.	Bagaimana Anda menggunakan media massa lain untuk mencari informasi tentang Jilbab?	Saya menggunakan semua media massa untuk memenuhi kebutuhan informasi saya tentang jilbab.
11.	Bagaimana harapan Anda terhadap Rubrik Jilbab Tabloid Nurani?	Saya berharap Rubrik Jilbab Tabloid Nurani memberikan saya pendidikan cara mengenakan jilbab.
12.	Bagaimana Rubrik Jilbab Tabloid Nurani memberikan manfaat kepada Anda?	Bermanfaat sebagai sumber pemenuhan informasi tentang jilbab.
13.	Dengan siapa Anda mendiskusikan materi Rubrik Jilbab Tabloid Nurani?	Saya berdiskusi dengan orang-orang yang berjilbab di sekitar saya.
14.	Bagaimana Rubrik Jilbab dalam memberikan pemahaman tentang gaya berjilbab terhadap diri Anda?	Saya menjadi paham bahwa meskipun saya mengkreasikan jilbab, saya tetap harus tampil rapi dan sopan.
15.	Bagaimana kesadaran Anda	Saya sadar bahwa berjilbab



	tentang mengenakan jilbab setelah membaca Rubrik Jilbab Tabloid Nurani?	dapat dikreasikan sesuai dengan kepribadian muslimah masing-masing.
16.	Bagaimana pengaruh Rubrik Jilbab Tabloid Nurani sehingga dapat meningkatkan rasa percaya diri Anda dalam mengenakan jilbab?	Saya menjadi lebih percaya diri karena saya tampil trendy dan modis.
17.	Bagaimana Rubrik Jilbab Tabloid Nurani mempengaruhi gaya berjilbab Anda?	Saya menerapkan gaya berjilbab yang ada pada Rubrik Jilbab jika sesuai dengan bentuk wajah saya.

## **BAB IV**

### **PENGARUH RUBRIK JILBAB TABLOID NURANI TERHADAP KESADARAN MENGENAKAN JILBAB**

#### **A. Analisis *Uses and Gratification***

*Uses and gratification* adalah teori penggunaan media yang fokus pada apa yang dilakukan orang terhadap media. Teori ini mengasumsikan bahwa konsumsi media diarahkan oleh motif (alasan memilih suatu media), perilaku media mencerminkan kepentingan, bahwa khalayak sebenarnya kepala batu atau *stubborn* (Rakhmat, 1985 : 73).

Komponen *uses and gratification* tersebut menjadi sarana penyaring atau hambatan-hambatan yang harus dilewati suatu media untuk memberikan pengaruhnya terhadap khalayak pembaca. Adanya hambatan-hambatan tersebut mengakibatkan penerimaan pengaruh yang diterima khalayak berbeda-beda sesuai dengan kondisi khalayak pembaca masing-masing. Berikut ini adalah pemaparan dari komponen *uses and gratification* pada responden :

#### **1. Khalayak Aktif**

*Uses and gratification* mengasumsikan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media. Teori *uses and gratification* menjelaskan bagaimana audiens/khalayak yang secara aktif memilih dan memiliki kebutuhan dan keinginan yang berbeda-beda di dalam

mengonsumsi media. Pelanggan Tabloid Nurani memiliki alasan memilih menggunakan Tabloid Nurani sebagai pemenuhan kebutuhan.

Responden dalam penelitian ini adalah 10 pelanggan Tabloid Nurani. Empat pelanggan yaitu Nur Erni W, Rahma Kholida, Suparti dan Ari Kurniawati menyatakan memilih berlangganan Tabloid Nurani berdasarkan faktor untuk memenuhi kebutuhan informasi karena Tabloid Nurani mengandung informasi yang mereka butuhkan. Tiga pelanggan yaitu Jazillatul Rohmah, Suhartini dan Eka Wulan menyatakan memilih berlangganan Tabloid Nurani karena faktor kesamaan pemahaman atau pengetahuan yaitu mengandung materi yang sepaham dengan mereka. Dua pelanggan yaitu Surati dan Putri menyatakan memilih berlangganan Tabloid Nurani karena faktor lingkungan sekitar dimana teman atau keluarga juga membaca Tabloid Nurani. Sedangkan satu pelanggan yaitu Ayu Mustika Sari menyatakan berlangganan Tabloid Nurani karena faktor psikologis yaitu sesuai dengan kepribadiannya. Maka, alasan pelanggan memilih Tabloid Nurani karena mengandung informasi yang pelanggan butuhkan, mengandung materi yang sepaham dengan mereka, teman atau keluarga juga membaca Tabloid Nurani dan karena Tabloid Nurani sesuai dengan kepribadian mereka.

Pelanggan Tabloid Nurani juga memiliki alasan yang berbeda-beda dalam memilih Rubrik Jilbab Tabloid Nurani sebagai bahan referensi. Sebanyak enam pelanggan yaitu Surati, Nur Erni W, Ayu Mustika Sari dan

Ari Kurniawati memilih Rubrik Jilbab dengan alasan bahwa Rubrik Jilbab memberikan panduan dan saran tentang gaya berjilbab. Sebanyak tiga pelanggan yaitu Jazillatul Rohmah, Rahma Kholida dan Suparti memilih Rubrik Jilbab dengan alasan sebagai relaksasi atau mengisi waktu luang dan satu pelanggan yaitu Suhartini memilih Rubrik Jilbab dengan alasan Rubrik Jilbab dapat memberikan informasi tentang trend jilbab.

Segi usia juga mempengaruhi pemilihan responden terhadap rubrik Jilbab. Responden yang memiliki umur antara 20 sampai 30 tahun cenderung memilih rubrik jilbab sebagai panduan dan saran tentang gaya berjilbab. Sedangkan responden yang memiliki rentang usia 30 sampai 40 memilih Rubrik Jilbab sebagai relaksasi atau mengisi waktu luang.

Alasan responden memilih Tabloid Nurani sebagai media yang mereka konsumsi menjadi sarana pertama yang menghubungkan media (Tabloid Nurani) kepada khalayak (responden). Responden memiliki alasan atau motif yang berbeda-beda dalam menggunakan Tabloid Nurani berdasarkan kebutuhan akan informasi, adanya persamaan ideologis atau pemahaman, faktor lingkungan sekitar seperti teman dan keluarga, serta alasan psikologis yaitu kepribadian responden.

Tabloid Nurani memiliki banyak rubrik, salah satunya adalah rubrik Jilbab. Responden memilih mengonsumsi rubrik Jilbab juga memiliki alasan atau motif. Alasan responden memilih rubrik Jilbab karena rubrik Jilbab memberikan panduan dan saran, sebagai sarana relaksasi dan sumber

informasi. Berdasarkan alasan tersebut mengakibatkan pengaruh yang ditimbulkan oleh rubrik Jilbab berbeda-beda dikarenakan alasan penggunaan rubrik Jilbab yang berbeda-beda pula.

Pemaparan di atas menggambarkan bahwa pelanggan Tabloid Nurani dalam hal ini adalah khalayak yang secara aktif memilih dan memiliki kebutuhan dan keinginan yang berbeda-beda di dalam mengkonsumsi media. Perbedaan kebutuhan tersebut disebabkan adanya faktor lingkungan sekitar responden dan faktor kepribadian responden. Kebutuhan tersebut menimbulkan adanya pengharapan (kepuasan yang dicari) dan ketika pengharapan dicapai akan menimbulkan kepuasan (kepuasan yang didapatkan) dari perilaku penggunaan media (McQuail, 2011: 178).

## **2. Pengharapan (Kepuasan yang dicari) dan Kepuasan (Kepuasan yang didapatkan)**

Elihu Katz menggambarkan pendekatan *uses and gratification* yaitu, kondisi sosial psikologis seseorang yang menyebabkan adanya kebutuhan. Kebutuhan tersebut menciptakan harapan-harapan terhadap media massa atau sumber-sumber lain, yang membawa kepada perbedaan pola penggunaan media (Bungin, 2006: 209). Kebutuhan tersebut menimbulkan adanya pengharapan (kepuasan yang dicari).

Pengharapan (kepuasan yang dicari) oleh pelanggan dari Rubrik Jilbab yaitu lima pelanggan yaitu Surati, Ayu Mustika Sari, Suparti, Asrofah Arsiani Putrid dan Eka Wulan menyatakan pengharapan untuk memberikan

pendidikan cara mengenakan jilbab. Empat pelanggan yaitu Nur Erni Wulandari, Jazillatul Rohmah, Suhartini dan Ari Kurniawati menyatakan pengharapan untuk memberikan informasi tentang jilbab dan satu pelanggan yaitu Rahma Kholida menyatakan pengharapan untuk mengisi waktu luang. Maka, pengharapan atau kepuasan yang dicari pelanggan dari Rubrik Jilbab Tabloid Nurani adalah pendidikan mengenakan jilbab, informasi tentang jilbab dan relaksasi.

Pengharapan (kepuasan yang dicari) mengakibatkan adanya kepuasan (kepuasan yang didapatkan) dari perilaku penggunaan media. Ketika kepuasan yang didapatkan lebih tinggi daripada kepuasan yang dicari, maka muncullah kepuasan pada diri khalayak (McQuail, 2013: 176).

Kepuasan yang didapatkan oleh pelanggan Tabloid Nurani dari Rubrik Jilbab teridentifikasi menjadi empat macam kepuasan. Empat responden menyatakan rubrik Jilbab bermanfaat sebagai sumber pemenuhan informasi tentang jilbab. Empat responden lainnya menyatakan rubrik Jilbab bermanfaat sebagai sarana pendidikan cara mengenakan jilbab. Dua responden menyatakan rubrik Jilbab bermanfaat sebagai sarana untuk mengisi waktu luang. Maka, kepuasan yang didapatkan sesuai dengan kepuasan yang dicari oleh pelanggan yaitu berupa informasi, pendidikan, relaksasi dan kontak sosial.

Kepuasan dalam bentuk informasi yaitu trend gaya berjilbab. Kepuasan dalam bentuk pendidikan yaitu cara-cara mengenakan jilbab yang

dapat diimitasi oleh pelanggan. Kepuasan dalam bentuk relaksasi yaitu Rubrik Jilbab dapat digunakan untuk mengisi waktu luang. Sedangkan kepuasan lainnya yang didapatkan oleh responden adalah sebagai sarana kontak sosial. Kontak sosial yaitu Rubrik Jilbab dapat dijadikan sebagai bahan diskusi dengan lingkungan sekitar seperti keluarga, teman, dan orang-orang yang berjilbab di sekitar pelanggan.

### **3. Kegunaan (*Utility*)**

Media memiliki kegunaan untuk orang-orang, dan mereka dapat menggunakan media untuk kegunaan-kegunaan tersebut (Baran, 2010: 297). Kegunaan Rubrik Jilbab dalam hal ini penulis asumsikan sebagai bentuk pemanfaatan Rubrik jilbab yang sesuai dengan pertanyaan nomor 12. Dalam hal ini empat responden menggunakan Rubrik Jilbab sebagai sumber informasi tentang jilbab, empat responden menggunakan Rubrik Jilbab sebagai sarana pendidikan atau panduan cara berjilbab, dan dua responden menggunakan Rubrik Jilbab sebagai bahan relaksasi. Sedangkan kegunaan lainnya adalah sebagai sarana hubungan kontak sosial.

Pemanfaatan Rubrik Jilbab muncul karena faktor dari diri responden dan gaya berbusana responden. Bagi responden yang memiliki perhatian terhadap gaya berbusana dan trend berbusana, memanfaatkan Rubrik Jilbab sebagai sumber informasi tentang jilbab. Bagi responden yang berusia muda memanfaatkan Rubrik Jilbab sebagai sarana panduan berjilbab. Rubrik Jilbab bermanfaat sebagai bahan relaksasi ketika responden merasa penat

dan memerlukan sebuah media sebagai hiburan dikala waktu luang. Rubrik Jilbab juga dijadikan sebagai sarana hubungan kontak sosial yaitu sebagai bahan obrolan dengan lingkungan sekitar responden.

#### **4. Ketersengajaan atau Motif**

Konsumsi konten media dapat ditujukan langsung dengan motivasi yang sebelumnya sudah dimiliki seseorang. Konsumsi media diarahkan oleh motif (*internality*). Motif dalam menggunakan Rubrik Jilbab dalam hal ini penulis asumsikan sebagai alasan responden memilih Rubrik Jilbab.

Sebanyak enam pelanggan yaitu Surati, Nur Erni Wulandari, Ayu Mustika Sari dan Ari Kurniawati memilih Rubrik Jilbab dengan alasan bahwa Rubrik Jilbab memberikan panduan dan saran tentang gaya berjilbab. Sebanyak tiga pelanggan yaitu Jazillatul Rohmah, Rahma Kholida dan Suparti memilih Rubrik Jilbab dengan alasan sebagai relaksasi atau mengisi waktu luang dan satu pelanggan yaitu Suhartini memilih Rubrik Jilbab dengan alasan Rubrik Jilbab dapat memberikan informasi tentang trend jilbab. Motif dari pelanggan menggunakan Rubrik Jilbab adalah sebagai sarana mencari informasi, pendidikan atau panduan, dan relaksasi. Alasan memilih Rubrik Jilbab mengakibatkan perbedaan bentuk pengaruh Rubrik Jilbab terhadap responden. Pengaruh Rubrik Jilbab akan sesuai dengan motif responden memilih Rubrik Jilbab.



## 5. Selektivitas (*Selectivity*)

Selektivitas adalah penggunaan media oleh seseorang yang mencerminkan ketertarikan dan kesukaan mereka (Baran, 2010: 297). Responden tertarik oleh Tabloid Nurani berdasarkan pada materi yang disajikan. Tujuh responden yaitu Surati, Nur Erni Wulandari, Jazillatul Rohmah, Rahma Kholida, Suhartini, Suparti dan Ari Kurniawati menyatakan Tabloid Nurani menarik karena menyajikan informasi-informasi baru. Tiga pelanggan yaitu Ayu Mustika Sari, Asrofah Arsiani Putri dan Eka Wulan menyatakan memilih Tabloid Nurani dengan alasan materi Tabloid Nurani sesuai dengan pengetahuan yang mereka miliki. Maka dari sisi materi, responden memiliki ketertarikan karena Tabloid Nurani menyajikan informasi-informasi baru dan sesuai dengan kepribadian pelanggan.

## 6. Kebal terhadap pengaruh (*stubborn*)

Khalayak sering kali keras kepala, mereka tidak ingin dikontrol oleh siapa pun atau apa pun, bahkan media massa. Khalayak secara aktif menghindari berbagai jenis pengaruh media (Baran, 2010: 297). Dalam bab tiga dijelaskan bahwa Rubrik Jilbab Tabloid Nurani memberikan panduan cara-cara, tahapan-tahapan mengkreasikan jilbab dengan model yang kreatif dan menarik. Rubrik Jilbab bertujuan menjadi rujukan *fashion* jilbab.

Responden tidak mengimitasi sepenuhnya gaya berjilbab dalam Rubrik Jilbab. Empat responden yaitu Ayu Mustika Sari, Suhartini, Ari Kurniawati dan Asrofah Arsiani Putri menyatakan tidak semua gaya

berjilbab Rubrik Jilbab sesuai dengan kepribadian mereka. Tiga responden yaitu Jazillatul Rohmah, Rahma Kholida dan Eka Wulan menyatakan ada beberapa gaya berjilbab yang berlebihan atau lebay menurut responden. Ada dua responden yaitu Surati dan Suparti menyatakan hanya mengimitasi gaya berjilbab yang responden sukakan satu responden yaitu Nur Erni Wulandari hanya mengimitasi gaya berjilbab yang cocok dengan bentuk wajah responden. Hal ini menunjukkan bahwa responden tidak sepenuhnya terpengaruh dengan Rubrik Jilbab, melainkan responden memilah-milah hal apa saja yang sesuai dengan diri mereka. Responden tidak mudah menerima semua yang ada pada Rubrik Jilbab.

## **7. Persaingan media**

Asumsi *uses and gratification* menjelaskan bahwa media bersaing dengan sumber-sumber pemenuhan kebutuhan yang lain. Media berkompetisi dengan sumber kebutuhan kepuasan yang lain (Baran, 2010: 299). Dalam hal mencari informasi tentang jilbab, tujuh responden yaitu Surati, Jazillatul Rohmah, Ayu Mustika Sari, Rahma Kholida, Ari Kurniawati, Asrofah Arsiani Putri dan Eka Wulan menyatakan bahwa mereka menggunakan semua media massa untuk memenuhi informasi tentang jilbab. Dua responden lainnya yaitu Suhartini dan Suparti menyatakan menggunakan media televisi untuk mendapatkan informasi tentang jilbab dengan alasan akses yang mudah. Satu responden yaitu Nur

Erni Wulandari menyatakan menggunakan media internet dengan alasan akses informasi yang lebih cepat dan dapat dilakukan kapan saja.

Berdasarkan pernyataan di atas, responden menggunakan media lainnya untuk memenuhi kebutuhan mereka yang tidak mereka peroleh dari Rubrik Jilbab. Responden cenderung menggunakan media lain yang dianggap lebih murah, mudah dan efisien. Dalam hal ini persaingan media berperan dalam pembentukan pengaruh Rubrik Jilbab terhadap responden. Media lain dapat mengakibatkan pengaruh Rubrik Jilbab difilter atau disaring dengan adanya sumber informasi lainnya. Responden akan melengkapi informasi yang tidak mereka peroleh dari Rubrik Jilbab dari media lainnya.

#### **B. Pengaruh Rubrik Jilbab Tabloid Nurani**

Dakwah dan tabloid adalah dua variabel yang berkaitan dalam penelitian ini. Dakwah memiliki unsur yang salah satunya adalah media dakwah (Sanwar, 1986 : 40). Media dakwah yang salah satunya tabloid dapat mendukung kegiatan menyampaikan dakwah. Tabloid Nurani melalui rubrik Jilbab ingin menyampaikan pesan dakwah tentang penggunaan jilbab. Rubrik Jilbab dikemas seringan mungkin sehingga mudah diterima oleh pembaca. Rubrik Jilbab berusaha menampilkan model-model jilbab yang modis dan *up to date* sehingga menarik perhatian khalayak.

Mengenakan jilbab termasuk bagian dari menaati perintah agama. Jilbab merupakan busana muslimah yang digunakan wanita untuk menutupi keindahan

bentuk tubuh wanita. Tabloid Nurani sebagai media dakwah ingin menyampaikan pesan mengenakan jilbab yang dapat diterima oleh semua kalangan. Meskipun materi dalam Rubrik Jilbab sangat ringan dan pesannya cenderung kurang mendalam, akan tetapi rubrik lain dalam Tabloid Nurani memiliki pesan keislaman yang lebih mendalam yang ikut memberikan pengaruh lebih besar tentang pesan jilbab.

Pengaruh adalah daya yang timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan seseorang (KBBI, 1994 : 64). Lazarsfeld membagi teori pengaruh menjadi dua macam yaitu, teori efek tidak langsung dan teori efek terbatas. Teori efek tidak langsung adalah ketika media terlihat memiliki efek, maka efek tersebut disaring melalui bagian-bagian masyarakat, misalnya teman atau kelompok sosial. Teori efek terbatas adalah teori yang menyatakan bahwa media memiliki efek yang minim atau terbatas karena efek tersebut dikurangi oleh beragam variabel antara (*intervening variable*) (Baran, 2010: 177).

Responden mengalami efek tidak langsung dari Rubrik Jilbab ketika responden mendiskusikan Rubrik Jilbab kepada lingkungan sekitar mereka seperti keluarga dan teman terdekat. Tujuh responden yaitu Surati, Nur Erni Wulandari, Jazillatul Rohmah, Ayu Mustika Sari, Suparti, Ari Kurniawati dan Eka Wulan menyatakan mendiskusikan dengan orang-orang yang berjilbab di sekitar mereka. Dua responden yaitu Suhartini dan Asrofah Arsiani Putri menyatakan mendiskusikan dengan teman wanita mereka, dan satu responden

yaitu Rahma Kholida menyatakan mendiskusikan dengan keluarga. Berdiskusi termasuk dalam proses penyaringan pesan-pesan yang diterima agar sesuai dengan yang responden inginkan.

Responden Tabloid Nurani mengalami efek terbatas dari Rubrik Jilbab dalam proses mengimitasi gaya berjilbab yang ada pada Rubrik Jilbab. Empat responden yaitu Surati, Ayu Mustika Sari, Rahma Kholida dan Asrofah Arsiani Putri menyatakan mengimitasi gaya berjilbab yang sesuai dengan kepribadian mereka. Tiga responden yaitu Nur Erni Wulandari, Suhartini dan Suparti menyatakan mengimitasi gaya berjilbab hanya untuk keperluan tertentu. Dua responden yaitu Jazillatul Rohamah dan Eka Wulan menyatakan mengimitasi gaya berjilbab yang mereka anggap baik, dan satu responden yaitu Ari Kurniawati menyatakan mengimitasi gaya berjilbab yang sesuai dengan bentuk wajah. Variable antara dari efek terbatas Rubrik Jilbab adalah kepribadian masing-masing responden, tujuan menggunakan jilbab, kesukaan responden, dan segifisik responden berdasarkan bentuk wajah.

Pengaruh Rubrik Jilbab Tabloid Nurani terhadap pembacanya dibagi dalam 3 komponen model pengaruh komunikasi yaitu komponen kognitif, afektif dan behavioral. Setelah memahami istilah dari pengaruh, maka akan mempermudah penulis untuk menganalisa tentang pengaruh kognitif, afektif dan behavioral.

## 1. Kognitif

Kognitif adalah akibat yang timbul pada diri komunikan yang sifatnya informatif. Pengaruh kognitif muncul ketika audiens mendapat informasi tentang suatu hal, benda, orang atau tempat yang berkaitan dengan pengetahuan atau pandangan keyakinan. Efek kognitif berkaitan dengan perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, atau dipersepsi khalayak.

Analisis Kognitif ini sesuai dengan pertanyaan nomor 14 tentang bagaimana Rubrik Jilbab dalam memberikan pemahaman tentang gaya berjilbab terhadap responden. Berdasarkan pengumpulan data empat responden yaitu Surati, Jazillatul Rohmah, Asrofah Arsiani Putri dan Eka Wulan menyatakan mereka menjadi paham bahwa mereka tetap harus rapi dan sopan meskipun mengkreasikan jilbab. Empat responden lainnya yaitu Nur Erni Wulandari, Ayu Mustika Sari, Suparti dan Ari Kurniawati menyatakan mereka menjadi paham bahwa dengan berjilbab mereka tetap bisa tampil *fashionable* atau modis. Sedangkan dua responden yaitu Rahma Kholida dan Suhartini menyatakan mereka menjadi paham jika jilbab bisa dikreasikan sesuai kepribadian masing-masing.

Pengaruh kognitif mengakibatkan responden mempersepsikan pemikiran atau perasaan mereka mengenai jilbab dari Rubrik Jilbab Tabloid Nurani. Jadi, pengaruh kognitif Rubrik Jilbab yaitu berupa pemahaman tentang tampil rapi dan sopan meskipun mengkreasikan jilbab, pemahaman

tentang berjilbab *fashionable* atau modis dan pemahaman tentang berjilbab sesuai dengan kepribadian diri masing-masing.

## 2. Afektif

Analisis pengaruh afektif ini sesuai dengan pertanyaan nomor 15 dan 16 tentang aspek perasaan, sikap dan tanggapan. Kesadaran termasuk dalam pengaruh afektif. Kesadaran adalah terjemahan dari *consciousness* yang pada umumnya diikuti oleh kata sambung *of* (*conscious of*: sadar akan) (Audifax, 2010: 37). Kesadaran mencakup perasaan tentang apa yang disadari maupun isinya, yang darinya bisa digunakan untuk memfokuskan atensi (Sternberg, 2006: 59).

Komponen afektif Rubrik Jilbab memberikan pengaruh kesadaran responden dalam mengenakan jilbab dalam dua macam kesadaran. Dari hasil pengumpulan data delapan responden yaitu Surati, Nur Erni Wulandari, Ayu Mustika Sari, Suhartini, Suparti, Asrofah Arsiani Putri dan Eka Wulan menyatakan mereka sadar bahwa berjilbab dapat dikreasikan sesuai dengan kepribadian muslimah masing-masing. Dua responden yaitu Jazillatul Rohmah dan Ari Kurniawati menyatakan mereka sadar bahwa mengkreasikan jilbab sesuai dengan kepribadian muslimah dapat meningkatkan rasa percaya diri.

Kesadaran sebagai pengaruh dari Rubrik Jilbab memberikan perubahan sikap dalam responden yaitu meningkatkan rasa percaya diri dalam mengenakan jilbab. Rubrik Jilbab dapat meningkatkan rasa percaya diri

mengenakan jilbab karena 3 alasan. Pertama, responden menjadi lebih percaya diri karena dapat tampil trendy dan modis. Kedua, responden menjadi lebih percaya diri karena Rubrik Jilbab memberikan responden beragam informasi tentang gaya berjilbab. Ketiga, responden menjadi lebih percaya diri karena dapat memberikan contoh gaya berjilbab kepada orang lain. Maka, Rubrik Jilbab Tabloid Nurani memberikan kesadaran mengenakan jilbab yang memberikan pengaruh peningkatan rasa percaya diri dalam berpenampilan, mendapat beragam informasi dan sebagai contoh bagi orang lain.

### **3. Behavioral**

Pengaruh behavioral merujuk pada perilaku nyata yang dapat diamati, yang meliputi pola-pola tindakan, kegiatan, atau kebiasaan tindakan berperilaku (Aziz, 2012: 455). Dalam dakwah, pengaruh behavioral berkenaan dengan pola tingkah laku mad'u dalam merealisasikan pesan dakwah yang telah diterima dalam kehidupannya. Pengaruh behavioral muncul dikarenakan pesan komunikasi dalam rubrik jilbab tidak hanya berhasil membuat audiens mengerti disertai perasaan tertentu, tetapi juga membuat audiens melakukan kegiatan atau perbuatan dan tindakan.

Komponen Behavioral adalah komponen yang menunjukkan intensitas sikap yaitu menunjukkan besar kecilnya kecenderungan bertindak atau berperilaku seseorang terhadap objek sikap. Dimana perilaku sampai tahap hingga individu melakukan sesuatu (perbuatan) terhadap objek (Wawan, Dewi, 2010: 22). Dalam penelitian ini yaitu pembaca mulai sadar untuk



berjilbab dan mengimitasi jilbab yang ditampilkan di rubrik Jilbab Tabloid Nurani.

Pengaruh behavioral dengan menirukan apa yang ditampilkan dalam rubrik Jilbab Tabloid Nurani dalam aspek berjilbab tak lepas dari adanya faktor imitasi. Secara sederhana imitasi ialah suatu proses di mana seseorang meniru tingkahlaku, maupun ide-ide tertentu dari orang lain yang dianggap ideal menurut pandangan dirinya. Peranan faktor imitasi terjadi misalnya dalam hal mode atau kebudayaan tertentu (Tasmara, 1997: 57).

Rubrik Jilbab memberikan pengaruh behavioral karena responden mengimitasi gaya berjilbab yang ada pada Rubrik Jilbab. Lima responden yaitu Nur Erni Wulandari, Ayu Mustika Sari, Rahma Kholida, Suhartini dan Ari Kurniawati menyatakan mereka mengimitasi gaya berjilbab Rubrik Jilbab karena sesuai dengan kepribadian mereka. Tiga responden yaitu Jazillatul Rohmah, Suparti dan Eka Wulan menyatakan mengimitasi gaya berjilbab Rubrik jilbab karena sesuai dengan bentuk wajah. Dua responden yaitu Nur Erni Wulandari dan Ari Kurniawati menyatakan mereka mengimitasi gaya berjilbab untuk acara-acara tertentu. Maka, responden mendapat pengaruh behavioral Rubrik Jilbab ketika mereka mengimitasi gaya berjilbab.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Tabloid Nurani sebagai media dakwah mengangkat tema-tema seputar dunia Islam masa kini termasuk perkembangan busana muslimah yaitu dalam rubrik Jilbab. Tabloid Nurani memberikan kesempatan kepada mad'u untuk memilih materi yang sesuai dengan kemampuan dan kepentingannya. Hal ini sesuai dengan komponen-komponen uses and gratification.

Komponen uses and gratification yaitu khalayak aktif, pengharapan dan kepuasan terhadap media, kegunaan media, motif, selektivitas, kebal terhadap pengaruh dan persaingan media. Komponen uses and gratification adalah hambatan atau filter yang harus dilalui media sebelum memunculkan pengaruh terhadap diri khalayak. Model pengaruh komunikasi terbagi menjadi 3, yaitu pengaruh kognitif, afektif dan behavioral.

Pengaruh kognitif Rubrik Jilbab adalah dalam memberikan pemahaman tentang gaya berjilbab terhadap responden. Responden menjadi paham bahwa mereka tetap harus rapi dan sopan meskipun mengkreasikan jilbab. Responden paham bahwa dengan berjilbab mereka tetap bisa tampil fashionable atau modis. Responden paham jika jilbab bisa dikreasikan sesuai kepribadian masing-masing.

Pengaruh afektif Rubrik Jilbab adalah memberikan pengaruh kesadaran responden dalam mengenakan jilbab dalam dua macam kesadaran.

Responden sadar bahwa berjilbab dapat dikreasikan sesuai dengan kepribadian muslimah masing-masing. Responden sadar bahwa mengkreasikan jilbab sesuai dengan kepribadian muslimah dapat meningkatkan rasa percaya diri.

Pengaruh behavioral Rubrik Jilbab adalah responden menirukan atau mengimitasi jilbab yang ditampilkan di rubrik Jilbab Tabloid Nurani. Responden mengimitasi gaya berjilbab Rubrik Jilbab yang sesuai dengan kepribadian mereka. Responden mengimitasi gaya berjilbab Rubrik jilbab yang sesuai dengan bentuk wajah. Responden mengimitasi gaya berjilbab untuk acara-acara tertentu. Maka, responden mendapat pengaruh behavioral Rubrik Jilbab ketika mereka mengimitasi gaya berjilbab.

## **B. Saran**

Setelah meneliti dan menganalisis data yang diperoleh mengenai bagaimana pengaruh rubrik jilbab Tabloid Nurani terhadap kesadaran mengenakan jilbab maka disini penulis akan memberikan saran demi kemajuan Tabloid Nurani terutama pada pelaksanaan pengaruh rubrik jilbab dalam kesadaran mengenakan jilbab, antara lain adalah:

1. Untuk kalangan akademisi atau pelaku dakwah, dapat dilihat bahwa dakwah melalui media cetak tidak mesti harus ceramah dengan menggunakan ayat dan hadist saja, tetapi juga dengan sesuatu yang berbeda, yang dapat menarik perhatian dan kaya akan nilai Islam. Melalui media dakwah berupa dapat memotivasi pembaca untuk mentaati perintah

Allah dalam menutup aurat serta menjadi hamba Allah yang selalu taat dan pandai bersyukur.

2. Melakukan berbagai inovasi dalam melakukan sajian isi rubrik, contoh dengan menambahkan prolog atau pengantar pengetahuan tentang jilbab dalam rubrik. Dengan begitu tentunya akan lebih banyak menarik dan bermanfaat untuk pembaca dalam hal pemahaman terhadap jilbab.
3. Pembaca Tabloid Nurani memiliki latar belakang psikologis yang berbeda-beda sehingga dalam sajian isi rubrik jilbab sebaiknya memiliki tema-tema yang lebih bervariasi dan selalu menampilkan tutorial berjilbab yang sesuai dengan kaidah menutup aurat. Sehingga dapat menjadi bahan pembelajaran yang baik dalam proses menutup aurat.
4. Saran bagi pembaca dalam memilih sebuah media hendaknya harus bijak memilih media yang sesuai dengan kebutuhan dan berdampak baik, tidak hanya membaca sebagai hiburan saja tetapi harus memilih dan membaca sesuatu yang lebih bermanfaat bagi diri kita.

### **C. Penutup**

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahNya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat serta salam semoga tetap tercurahkan pada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, keluarga, sahabat, dan seluruh umat yang mengikutinya.

## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber dari buku :

- Amin, Samsul Munir. 2013. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Amzah.
- Al Qurthubi, Syaikh imam. 2009. *Al Jami' li Ahkaam Al Qur'an* (terj). Jakarta: Pustaka Azzam.
- Aprilia, Ade. 2014. *Brain, Beauty, Belief*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- An-Nabiry, Fathul Bahri. 2008. *Meniti Jalan Dakwah; Bekal Perjuangan Para da'i*, Jakarta: Amzah.
- Audifax. 2010. *Filsafat Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Book Publisher.
- Aziz, M. A. 2004. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Prenada Media.
- Baran, Stanley J. dkk. 2010. *Teori Komunikasi Massa: Dasar, Pergolakan, dan Masa Depan*. Jakarta: Salemba.
- Barus, Sedia Willing. 2010. *Jurnalistik; Petunjuk Teknis Menulis Berita*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Biagi, S. 2010. *Media/Impact: Pengantar Media Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Bungin, M. Burhan. 2013. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Burton, Graeme. 2012. *Media dan Budaya Populer*. Yogyakarta: Jalasutra.

- Effendy, Onong Uchjana. 1989. *Kamus Komunikasi*, Bandung: PT. Mandar Maju.
- Elvinaro, Ardianto dan Lukiati Komala. 2004. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Hadi, S. 2000. *Metodologi Research*. Yogyakarta: Andi.
- IKAPI. 2013. *Teori-teori kepribadian Psikoanalitik Kontemporer 1*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius.
- Illahi, W. 2010. *Komunikasi Dakwah*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Kasman. 2010. *Pers dan Pencitraan Umat Islam Di Indonesia (Analisis Isi Pencitraan Harian Kompas dan Republika)*. Jakarta: Balai Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI.
- Kriyantono, R. 2010. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Littlejohn, S. W. dan Karen A. Foss. 2011. *Teori Komunikasi (Theories of Human Communication)* Edisi 9. Jakarta: Salemba Humanika.
- Ma'arif, Bambang S. 2010. *Komunikasi Dakwah (Paradigma Untuk Aksi)*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Mcquail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa*, Jakarta: Salemba Humanika.
- Mikhelsen, B. 1999. *Metode Penelitian Parsipatoris dan Upaya-Upaya Pemberdayaan*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Munir, M. 2009. *Metode Dakwah* (ed. Revisi), Jakarta: Kencana.

- Moleong, L. 1999. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Poerwadarminta, W.J.S. 1989. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Rakhmat, J. 1985. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Samantho, Ahmad Y. 2002. *Jurnalistik Islami : Paduan Praktis Bagi Aktivis Muslim*. Jakarta: Harakah.
- Severin, W. J. dan James W. Tankard. (2011). *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa*. Jakarta: Prenada Group.
- Shihab, M. Quraish. 2005. *Jilbab Pakaian Wanita Muslimah*. Jakarta: Lentera Hati.
- Sternberg, Robert J. 2006. *Psikologi Kognitif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Suryabrata, S. 1983. *Psikologi Kepribadian*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Soehartono, I. 1995. *Metodologi Penelitian Sosial*. Bandung: Rosdakarya.
- Tasmara, T. 1997. *Komunikasi Dakwah*. Jakarta: Gaya Media Pratama
- Yayasan Penyelenggara Penterjemah/Penafsir Alquran. 1986. *Alquran dan Terjemahannya*. Departemen agama.
- Wawan, A. dan M. Dewi. 2010. *Teori dan Pengukuran Pengetahuan, Sikap, dan Perilaku Manusia*. Yogyakarta: Nuha Medika.

**Sumber dari penelitian :**

Skripsi Lu'luatul Fuad. *Muatan Dakwah “Suplemen Baity Jannati” Dalam Tabloid Nurani* Edisi 194-201. Semarang: Institut Agama Islam Negeri Walisongo.

Skripsi Riyadhhotul Munawaroh. *Penggunaan Jilbab Bagi Polisi Wanita (Analisis Wacana Pemberitaan Pada Surat Kabar Harian Republika Edisi Juni – Desember 2013)*. Semarang: Institut Agama Islam Negeri Walisongo.

**Sumber dari internet :**

<http://www.tribunnews.com/internasional/2014/10/15/trend-jilbab-indonesia-disorot-media-jepang> diunggahh Rabu, 15 Oktober 2014 09.30 WIB oleh : Richard Susilo, diakses : Senin, 9 Maret 2015 17:25 WIB

<http://celebrity.okezone.com/read/2014/08/30/206/1032004/hijabers-in-love-fenomena-hijab-di-indonesia> diunggah sabtu, 30 Agustus 2014 17.30 WIB oleh: Alan Pamungkas, diakses Senin, 9 Maret 2015 17:54 WIB

[Wikipedia.com/teori-penggunaaan-dan-pemenuhan-kepuasan/](http://Wikipedia.com/teori-penggunaaan-dan-pemenuhan-kepuasan/) diakses pada 20 Februari 2015 pukul : 15.34 WIB

Wikipedia, “Pengertian Jilbab”, 2015, dalam [Wikipedia.com/pengertian-jilbab.](http://Wikipedia.com/pengertian-jilbab.), diakses 21 Juni 2015 pukul : 20.47 WIB



**Sumber dari wawancara :**

Wawancara dengan Pimpinan Redaksi Tabloid Nurani, Bapak M. Khozin, pada tanggal 9 Oktober sampai 15 Oktober 2015.

Wawancara dengan Yasin Agency Tabloid Nurani Wilayah Semarang Barat, Bapak Yasin, pada tanggal 20 Oktober 2015.

Wawancara dengan informan pembaca Tabloid Nurani, pada bulan September sampai November.



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO  
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN  
KEPADA MASYARAKAT (LP2M)  
Jl. Walisongo No. 3-5 Semarang 50185 telp/fax. (024) 7615923 email. lppm.walisongo@yahoo.com

## PIAGAM

Nomor : In.06.0/L.1/PP.06/480/2015

Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LP2M) Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang, menerangkan bahwa:

Nama : **SILVIA KHOIRUN NISA**

NIM : **111211060**

Fakultas : **Dakwah dan Komunikasi**

Telah melaksanakan kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Angkatan ke-64 tahun 2015 di Kabupaten Temanggung, dengan nilai :

.....88..... ( .....4,0 /A..... )

Semarang, 12 Juni 2015  
  
....., M. Ag.  
NIP. 19600604 199403 1 004



Panitia Pelaksana

**ORIENTASI PENGENALAN AKADEMIK DAN KEMAHASISWAAN (OPAK) 2011  
BADAN EKSEKUTIF MAHASISWA FAKULTAS DAKWAH (BEM-FD)  
IAIN WALISONGO SEMARANG**



Alamat : Gedung PKM Fak. Dakwah Kampus III IAIN Walisongo Jl. Prof. Dr. Hamka KM. 2 Semarang CP: 085641242820

## PIAGAM PENGHARGAAN

Nomor: In.06.1/Pan.Opak/ BEM-FD/15.08/2011

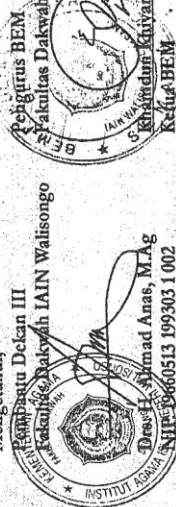
Panitia Pelaksana Orientasi Pengenalan Akademik dan Kemahasiswaan (OPAK) 2011 Badan Eksekutif Mahasiswa Fakultas Dakwah IAIN Walisongo memberikan penghargaan ini kepada:

Nama : **SILVIA KHOIRUN NISA.....**  
Jurusan : **...Komunikasi Penyiaran Islam...**

Yang telah berpartisipasi aktif dalam kegiatan Orientasi Pengenalan Akademik dan Kemahasiswaan (OPAK) 2011 Badan Eksekutif Mahasiswa Fakultas Dakwah IAIN Walisongo Semarang Tahun Akademik 2011-2012 pada tanggal 10-11 Agustus 2011 sebagai **PESEKTA** dengan nilai : **Amat Baik/Baik/Cukup/Kurang**

Mengetahui,

Kampus Dekan III  
Fakultas Dakwah IAIN Walisongo



Drs. H. Ahmad Anas, M.Ag  
NIP. 19660513 199303 1 002

Pengurus BEM  
Fakultas Dakwah IAIN Walisongo



Abdullah Muhyiddin M  
Ketua BEM

Panitia Pelaksana,  
OPAK 2011 Fakultas Dakwah IAIN Walisongo

*[Signature]*



Novian Ubaidillah  
Ketua Panitia



Il. Walisongo No. 3 - 5 Telp. (024) 7624334, 7604554 Fax. 7601293 Semarang 50185

# SERTIFIKAT

Nomor : In.06.0/R.3/PP.03.1/3177A/2011

Diberikan kepada:

Nama : Silvia Khoirun Nisa

NIM : 11211060

NIM : 1902000000  
Fak /Jur /Prodi : Teknik dan Komunikasi/KPI/Penerbitan

telah mengikuti Orientasi Pengenalan Akademik (OPAK) Tahun Akademik 2011/2012 dengan tema **" MENECIHKAN KOMITMEN MAHASISWA DALAM MENGEMBAN AMANAT RAKYAT "**

yang diselenggarakan oleh

IAIN Walisongo Semarang pada tanggal 08 - 12 Agustus 2011 sebagai, "PESERTA" dan dinyatakan :

LULUS

Demikian sertifikat ini dibuat, untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 12 Agustus 2011



Ketua Panitia

PANITIA OPAK MAHASISWA BARU  
INSTITUT AGAMA ISLAM Negeri

Hs. Hasbiyunn Muhammad, M.Ag

~~NIP: 19720315-199703/1002~~

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

Nama : Silvia Khoirun Nisa

Tempat/Tanggal Lahir : Kendal, 27 Januari 1994

Alamat : Jl. Raya Sikemplong No. 14 Rt.05/Rw.07  
Desa Tirtomulyo, Kec. Plantungan, Kab. Kendal

Email : silviakhanessa@gmail.com

Nomor Handphone : 088215027533

Riwayat Pendidikan :

- TK Tunas Harapan : 1998 - 1999
- SD Negeri 02 Tirtomulyo : 1999 - 2005
- SMP Negeri 1 Plantungan : 2005 - 2008
- SMA Negeri 1 Sukorejo : 2008 – 2011